

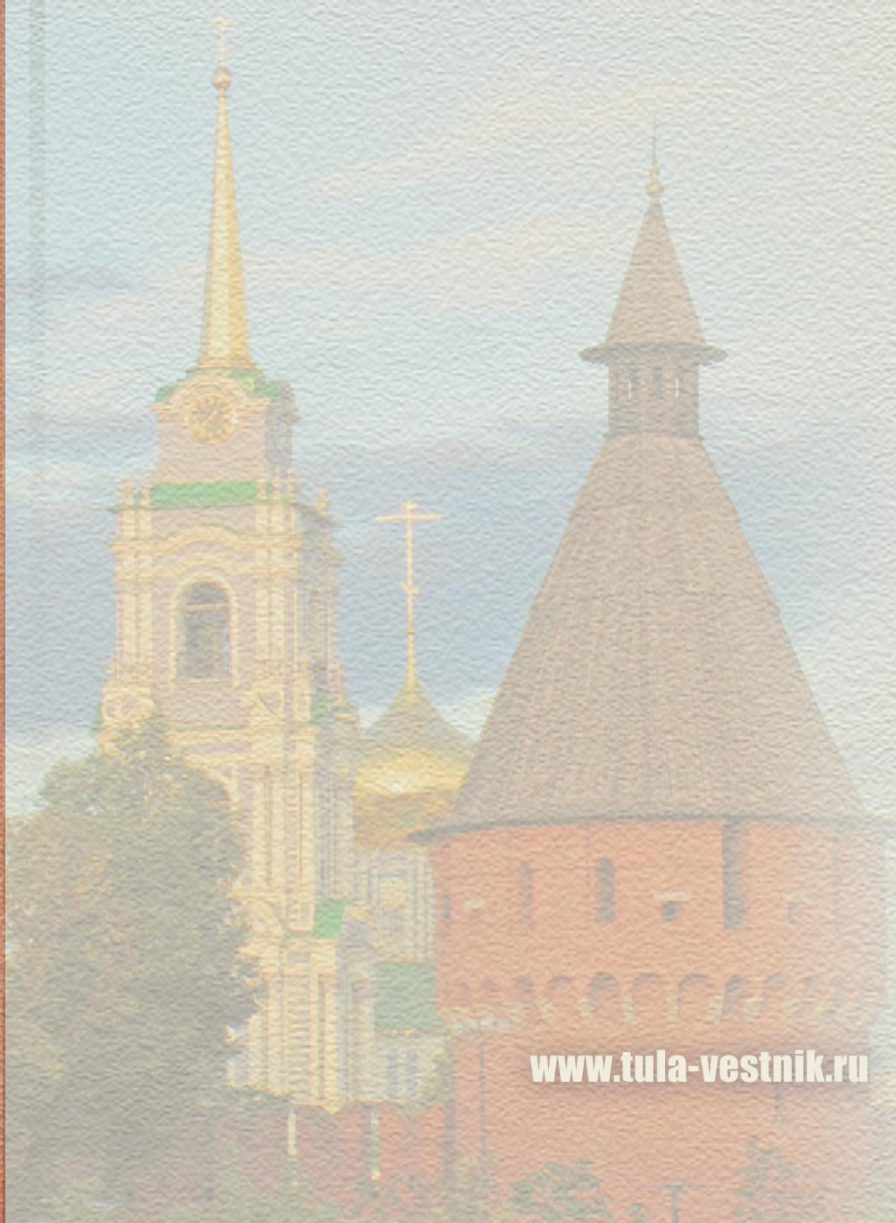
СЕРИЯ ИСТОРИЯ. ЯЗЫКОЗНАНИЕ

2022

ISSN 2712-8407

ТУЛЬСКИЙ НАУЧНЫЙ ВЕСТНИК

Выпуск 4 (12)



www.tula-vestnik.ru



ISSN 2712-8407

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Тульский государственный педагогический университет
им. Л. Н. Толстого»**



**ТУЛЬСКИЙ НАУЧНЫЙ ВЕСТНИК.
СЕРИЯ ИСТОРИЯ. ЯЗЫКОЗНАНИЕ**

Выпуск 4 (12)

**Тула
2022**

**ТУЛЬСКИЙ НАУЧНЫЙ
ВЕСТНИК.
СЕРИЯ ИСТОРИЯ.
ЯЗЫКОЗНАНИЕ**

Сетевое издание
Основан в 2020 г.

Выходит 4 раза в год

Выпуск 4 (12)

Дата выхода в свет: 31.12.2022 г.

Главный редактор –
доктор исторических наук,
профессор

Е. П. Мартынова

Заместитель

главного редактора –
доктор филологических наук,
профессор

Г. В. Токарев

Ответственный редактор –
кандидат исторических наук

Н. А. Биленко

Редактор выпуска –
доктор исторических наук,
доцент

И. В. Маслова

**Учредитель: ФГБОУ ВО
«ТГПУ им. Л.Н. Толстого».**
СМИ зарегистрировано в
Роскомнадзоре 13.11.2020 г.
Свидетельство о регистрации
СМИ: ЭЛ № ФС 77 – 79586

ISSN 2712-8407 (online)

© ТГПУ им. Л.Н. Толстого, 2022

© Авторы статей, 2022

Адрес учредителя и редакции:

300026, Тульская область,
город Тула,
проспект Ленина, 125.
Телефон: +7 (4872) 31-20-34
Электронный адрес:
history@tsput.ru

**Издатель: ФГБОУ ВО
«ТГПУ им. Л.Н. Толстого».**
Адрес издателя:
300026, Тульская область,
город Тула,
проспект Ленина, 125.
Телефон: +7 (4872) 35-14-88
Электронный адрес:
info@tsput.ru

СОДЕРЖАНИЕ ВЫПУСКА

ИСТОРИЧЕСКИЕ НАУКИ

Материалы научного семинара

*«История предпринимательства в регионах России:
теоретико-методологические подходы к исследованию»*

Маслова И. В. Коммуникативные практики купцов
и их служащих: российское предпринимательство
второй половины XIX – начала XX в. в русле
«новой социальной истории» **6**

Крапоткина И. Е. Рекламный слоган
купеческих объявлений как источник информации
о предпринимательской деятельности (по материалам
«Казанского Телеграфа» за 1904 – 1905 гг.) **16**

Акользина М. К. Источниковая база для изучения
предпринимательской деятельности провинциального
купечества первой половины XIX в.: ресурсы
региональных архивов (по материалам
Государственного архива Тамбовской области) **23**

Актуальные вопросы всеобщей истории

Арбеков А. Б. Публикация плана похода в Индию
А. Н. Куропаткина как инструмент продвижения
военных реформ лорда Китченера в начале XX века **32**

ЯЗЫКОЗНАНИЕ

Зубарева Ю. М. Медиалект как языковой феномен
современной массовой коммуникации **46**

Хасанова Ш. Р. ЛСГ параметрических имен
прилагательных в произведениях русских
и таджикских писателей **53**

DOI 10.22405/2712-8407-2022-4



Доступно по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0 Всемирная, которая разрешает неограниченное использование, распространение и воспроизведение на любом носителе, при условии, что оригинальная работа должным образом цитируется. (CC BY 4.0)

**TULA SCIENTIFIC
BULLETIN.
HISTORY. LINGUISTICS**

Online publication
Founded in 2020

Published 4 times a year

Issue 4 (12)

Released on December 31, 2022

Chief Editor

Doctor of History, Professor
E. P. Martynova

Deputy Chief Editor

Doctor of Philology, Professor
G. V. Tokarev

Executive editor

PhD in History
N. A. Bilenko

Issue Editor

Doctor of History,
Associate Professor
I. V. Maslova

Founder:

**Tula State Lev Tolstoy
Pedagogical University.**

**Mass media are registered in
Federal Service for Supervision of
Communications, Information
Technology and Mass Media
on November 13, 2020.**

**Registration certificate
EL № FS 77 – 79586**

ISSN 2712-8407 (online)

© Tula State Lev Tolstoy Pedagogical
University, 2022

© Authors of articles, 2022

**Address of the founder
and the editorial office:**

300026, Tula,

Lenin Prospekt, 125

Phone: +7 (4872) 31-20-34

E-mail address: history@tsput.ru

**Publisher: Tula State Lev Tolstoy
Pedagogical University.**

Address of the publisher:

300026, Tula,

Lenin Prospekt, 125

Phone: +7 (4872) 35-14-88

E-mail address:

info@tsput.ru

TABLE OF CONTENTS

HISTORICAL SCIENCES

Materials of the Scientific seminar

***"the History of entrepreneurship in the regions of Russia:
theoretical and methodological approaches to research"***

- Maslova I. V.* Communicative Practices of Merchants and Their Employees: Russian Entrepreneurship in the Second Half of the 19th – early 20th Centuries in Line with the "New Social History" **6**
- Krapotkina I. E.* The merchant advertising slogan as a source of information about entrepreneurial activity (based on the materials of the *Kazanskiy Telegraf* for 1904 – 1905) **16**
- Akolzina M. K.* Source base for the study of entrepreneurial activity of provincial merchants in the first half of the 19th century: Resources of regional archives (by the State Archive of Tambov Oblast) **23**

Actual Issues of Universal History

- Arbekov A. B.* Publication of the plan of invasion in India by A.N. Kuropatkin as a tool for promoting Lord Kitchener's military reforms at the beginning of the XX century **32**

LINGUISTICS

- Zubareva Yu. M.* Medialect as a language phenomenon of modern mass communication **46**
- Khasanova S. R.* The lexical-semantic group of parametric adjectives in works of Russian and Tajik writers **53**

DOI 10.22405/2712-8407-2022-4



This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. (CC BY 4.0)

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Главный редактор

Мартынова Елена Петровна,
доктор исторических наук, профессор (ФГБОУ ВО
«ТГПУ им. Л.Н. Толстого», г. Тула, Россия).

Заместитель главного редактора

Токарев Григорий Валериевич,
доктор филологических наук, профессор (ФГБОУ
ВО «ТГПУ им. Л.Н. Толстого», г. Тула, Россия);

Ответственный редактор

Биленко Никита Алексеевич,
кандидат исторических наук (ФГБОУ ВО
«ТГПУ им. Л.Н. Толстого», г. Тула, Россия).

Редактор выпуска

Маслова Инга Владимировна,
доктор исторических наук, доцент
(Елабужский институт (филиал) ФГАОУ ВО КФУ)

Члены редакционной коллегии:

Володина Татьяна Андреевна,
доктор исторических наук, доцент (ФГБОУ ВО «ТГПУ
им. Л.Н. Толстого», г. Тула, Россия);

Красовская Нелли Александровна,
доктор филологических наук, доцент (ФГБОУ ВО «ТГПУ
им. Л.Н. Толстого», г. Тула, Россия);

Симонова Елена Викторовна,
доктор исторических наук, профессор (ФГБОУ ВО
«ТГПУ им. Л.Н. Толстого», г. Тула, Россия).

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Габелко Олег Леонидович, доктор исторических наук, профессор (ФГБОУ ВО «Российский государственный гуманитарный университет», г. Москва, Россия);

Георгиева Стефка Иванова, доктор филологических наук, профессор (Пловдивский университет им. Паисия Хилендарского, г. Пловдив, Болгария);

Главацкая Елена Михайловна, доктор исторических наук, доцент (ФГАОУ ВО «УрФУ имени первого Президента России Б.Н. Ельцина», г. Екатеринбург, Россия);

Глаголева Ольга Евгеньевна, кандидат исторических наук, PhD, профессор (независимый исследователь, г. Торонто, Канада);

Ефремов Валерий Анатольевич, доктор филологических наук, доцент (ФГБОУ ВО «Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена», г. Санкт-Петербург, Россия);

Зубарев Виктор Геннадьевич, доктор исторических наук, профессор (ФГБОУ ВО «ТГПУ им. Л.Н. Толстого», г. Тула, Россия);

Кережи Агнеш, кандидат исторических наук (независимый исследователь, г. Будапешт, Венгрия);

Киреева Елена Закировна, доктор филологических наук, доцент (ФГБОУ ВО «ТГПУ им. Л.Н. Толстого», г. Тула, Россия);

Клейменов Александр Анатольевич, доктор исторических наук (ФГБОУ ВО «ТГПУ им. Л.Н. Толстого», г. Тула, Россия);

Майко Вадим Владиславович, доктор исторических наук (ФГБН «Институт археологии Крыма РАН», г. Симферополь, Россия);

Масленников Александр Александрович, доктор исторических наук, профессор (ФГБН «Институт археологии Российской академии наук», г. Москва, Россия);

Мухаммадбеги Махди, кандидат филологических наук (Институт гуманитарных и культурологических исследований, г. Тегеран, Иран);

Непомнящий Андрей Анатольевич, доктор исторических наук, профессор (ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского», г. Симферополь, Россия);

Новикова Наталья Ивановна, доктор исторических наук (ФГБН «Институт этнологии и антропологии им. Н.Н. Миклухо-Маклая Российской академии наук», г. Москва, Россия);

Протасова Екатерина Юрьевна, кандидат филологических наук, доктор педагогических наук, доцент (Хельсинкский университет, г. Хельсинки, Финляндия);

Пэн Юйхай, доктор филологических наук (Институт иностранных языков Сычуаньского университета, г. Сычуань, КНР);

Романов Дмитрий Анатольевич, доктор филологических наук, профессор (ФГБОУ ВО «ТГПУ им. Л.Н. Толстого», г. Тула, Россия);

Скнарев Дмитрий Сергеевич, доктор филологических наук, доцент (ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов», г. Москва, Россия);

Степанов Валерий Леонидович, доктор исторических наук (ФГБН «Институт экономики Российской академии наук», г. Москва, Россия);

Тан Яньфэн, кандидат исторических наук (Северо-восточный педагогический университет, г. Чанчунь, КНР);

Томилин Виктор Николаевич, доктор исторических наук, доцент (ФГБОУ ВО «Липецкий государственный педагогический университет имени П.П. Семенова-Тян-Шанского», г. Липецк, Россия);

Торвальдсен Гуннар, доктор исторических наук (Ph.D.) (Арктический университет Норвегии, г. Тромсо, Норвегия);

Чумак-Жунь Ирина Ивановна, доктор филологических наук, доцент (ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет», г. Белгород, Россия);

Ярцев Сергей Владимирович, доктор исторических наук, доцент (ФГБОУ ВО «ТГПУ им. Л.Н. Толстого», г. Тула, Россия).

EDITORIAL BOARD

Chief Editor

Elena Martynova,
Doctor of History, Professor
(TSPU, Tula, Russia);

Deputy Chief Editor

Tokarev Gregory, Doctor of Philology,
Professor (TSPU, Tula, Russia);

Executive editor

Nikita Bilenko, PhD in History
(TSPU, Tula, Russia);

Issue Editor

Inga Maslova
Doctor of History, Associate Professor
(Yelabuga Institute of Kazan (Volga Region)
Federal University)

Members of the editorial Board

Tatiana Volodina,
Doctor of History, Associate Professor
(TSPU, Tula, Russia);

Nelli Krasovskaya,
Doctor of Philology, Associate Professor
(TSPU, Tula, Russia);

Elena Simonova,
Doctor of History, Professor
(TSPU, Tula, Russia).

EDITORIAL COUNCIL

Oleg Gabelko, Doctor of History, Professor
(Russian State University for The Humanities,
Moscow, Russia);

Stefka Georgieva, Doctor of Philology, Professor
(Plovdiv University Paisii Hilendarski, Plovdiv,
Bulgaria);

Elena Glavatskaya, Doctor of History, Associate
Professor (Yeltsin UrFU, Ekaterinburg, Russia);

Olga Glagoleva, PhD in History, Professor
(Toronto, Canada);

Valerii Efremov, Doctor of Philology, Associate
Professor (Herzen University, Saint Petersburg,
Russia);

Viktor Zubarev, Doctor of History, Professor
(TSPU, Tula, Russia);

Kerezi Agnes, PhD in History (Budapest,
Hungary);

Elena Kireeva, Doctor of Philology, Associate
Professor (TSPU, Tula, Russia);

Aleksander Kleymenov, Doctor of History,
Associate Professor (TSPU, Tula, Russia);

Vadim Maiko, Doctor of History (Institute of
archaeology of the Crimea RAS, Simferopol,
Russia);

Aleksander Maslennikov, Doctor of History,
Professor (IA RAS, Moscow, Russia);

Mahdi Mohammad Beygi, PhD (Institute of
Humanities and cultural studies, Tehran, Iran);

Andrey Nepomnyshchy, Doctor of History,
Professor (Vernadsky CFU, Simferopol, Russia);

Natalya Novikova, Doctor of History (IEA RAS,
Moscow, Russia);

Ekaterina Protassova, PhD in History, Doctor of
Pedagogical, Associate Professor (University of
Helsinki, Helsinki, Finland);

Peng Yuhai, Doctor of Philology (Institute of
foreign languages of Sichuan University, Sichuan,
China);

Dmitry Romanov, Doctor of Philology, Professor
(TSPU, Tula, Russia);

Dmitry Sknarev, Doctor of Philology, Associate
Professor (RUDN University, Moscow, Russia);

Valerij Stepanov, Doctor of History (IE RAS,
Moscow, Russia);

Tang Yanfeng, PhD in History (Northeastern
Pedagogical University, Changchun, China);

Victor Tomilin, Doctor of History, Associate
Professor (LSPU, Lipetsk, Russia).

Gunnar Thorvaldsen, Doctor of History
(Arctic University of Norway, Tromso, Norway);

Irina Chumak-Zhun, Doctor of Philology,
Associate Professor (Belgorod State National
Research University, Belgorod, Russia);

Sergey Yartsev, Doctor of History, Associate
Professor (TSPU, Tula, Russia).

ИСТОРИЧЕСКИЕ НАУКИ

Материалы научного семинара

«История предпринимательства в регионах России:
теоретико-методологические подходы к исследованию»

Тулский научный вестник. Серия История. Языкознание. 2022. Вып. 4 (12). С. 6–15.
Tula Scientific Bulletin. History. Linguistics. 2022. Issue 4 (12). P. 6–15.

Научная статья

УДК 94(470) : 930

<https://doi.org/10.22405/2712-8407-2022-4-6-15>

КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРАКТИКИ КУПЦОВ И ИХ СЛУЖАЩИХ: РОССИЙСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО ВТОРОЙ ПОЛОВИНЫ XIX – НАЧАЛА XX В. В РУСЛЕ «НОВОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ИСТОРИИ»¹

**Инга Владимировна
Маслова**

Елабужский институт (филиал) Казанского
(Приволжского) федерального университета,
Елабуга, Россия, imaslovainga@gmail.com
<http://orcid.org/0000-0003-0914-0707>

Аннотация. В статье проведено исследование истории купечества Российской империи второй половины XIX – начала XX в. с применением методологии новой социальной истории, что позволило выявить связь между индивидуальной рациональностью в деятельности отдельных коммерсантов и коллективной идентичностью предпринимательства в целом. Целью исследования стало изучение исторических сюжетов взаимоотношений купцов со своими служащими (на материалах династии елабужских купцов Стахеевых), в которых проявлялась бы индивидуальная идентичность предпринимателя. В исторических нарративах действия предпринимателей, предпринятые под воздействием их внутренних мотивов, переплетаются с объективными факторами социальной среды. Проведение исследований в проблемном поле новой социальной истории позволило расширить типы использованных источников и включить в их число фотодокументы и вещественные свидетельства эпохи, отложившихся в фондах музеев Российской Федерации. Законодательство второй половины XIX в. четко очерчивало границы трудовой деятельности приказчиков, но купцы нередко избирали индивидуальную траекторию построения деловых отношений со своими служащими. Имевшие место в среде предпринимательства факты социальной поддержки приказчиков были исключительно инициативой самого купца и служат примером индивидуальной рациональности, выходящей за сложившиеся в предпринимательской среде рамки групповой профессиональной идентичности. Свидетельством креативной роли субъективности купечества в построении социальных практик взаимодействия со своими служащими являются практики, направленные на формирование корпоративной культуры фирмы. К факторам, влиявшим на развитие корпоративного духа в купеческих фирмах, мы относим приёмы и размеры оплаты труда, наличие системы социальных гарантий, возможность карьерного роста и набор мероприятий, направленных на сплочение коллектива.

Ключевые слова: Новая социальная история, Российская империя XIX- начала XX в., Вятская губерния, Елабуга, купечество, приказчики, Стахеевы.

Для цитирования: Маслова И. В. Коммуникативные практики купцов и их служащих: российское предпринимательство второй половины XIX – начала XX в. в русле «новой социальной истории» // Тульский научный вестник. Серия История. Языкознание. 2022. Вып. 4 (12). С. 6–15. <https://doi.org/10.22405/2712-8407-2022-4-6-15>.

Сведения об авторе: И. В. Маслова – доцент, доктор исторических наук, профессор кафедры всеобщей и отечественной истории, Елабужский институт (филиал) Казанского (Приволжского) федерального университета, 423600, Россия, г. Елабуга, Казанская ул., д. 89.

© Маслова И. В., 2022

Scientific Article
UDC 94(470) : 930
<https://doi.org/10.22405/2712-8407-2022-4-6-15>

**COMMUNICATIVE PRACTICES OF MERCHANTS AND THEIR EMPLOYEES:
RUSSIAN ENTREPRENEURSHIP IN THE SECOND HALF OF THE
19TH – EARLY 20TH CENTURIES IN LINE WITH
THE “NEW SOCIAL HISTORY”¹**

Inga V. Maslova

Yelabuga Institute of Kazan (Volga Region)
Federal University,
Yelabuga, Russia, imaslovainga@gmail.com
<http://orcid.org/0000-0003-0914-0707>

Abstract. The article studies the history of the merchants of the Russian Empire in the second half of the 19th – early 20th centuries using the new social history methodology, which makes it possible to reveal connections between individual rationality in the activities of individual merchants and the collective identity of entrepreneurship as a whole. The aim of the research is to study the historical plots of the relations between merchants and their employees (based on Stakheevs (Yelabuga merchants' dynasty) materials), which express entrepreneur's individual identity. In historical narratives, the actions of entrepreneurs taken under the influence of their internal motives interlace with objective factors of the social environment. A study in the field of new social history made it possible to widen the types of sources used to include photographic documents and material evidence of the era, deposited in the collections of Russian museums. Legislation of the second half of the 19th century clearly delineated the boundaries of the clerks' work, but merchants often chose an individual trajectory for building business relations with their employees. The social support given to the clerks in the business environment was solely the merchant's own initiative and is an example of individual rationality that goes beyond the business environment's group professional identity. Practices aimed at shaping the firm's corporate culture are evidence of the creative role of merchant subjectivity in the construction of social practices for interaction with its employees. Among the factors that influenced the development of corporate spirit in merchant firms, the author includes methods and rates of wages, the existence of a social security system, career opportunities and a set of team-building activities.

Keywords: New social history, Russian Empire of the 19th – early 20th century, Vyatka province, Yelabuga, merchants, clerks, the Stakheevs.

For citation: Maslova, IV 2022, 'Communicative Practices of Merchants and Their Employees: Russian Entrepreneurship in the Second Half of the 19th – early 20th Centuries in Line with the “New Social History”', *Tula Scientific Bulletin. History. Linguistics*, issue 4 (12), pp. 6–15, <http://doi.org/10.22405/2712-8407-2022-4-6-15> (in Russ.)

Information about the Author: *Inga V. Maslova* – Associate Professor, Doctor of Science (History), Professor of Chair of General and Russian History, Yelabuga Institute of Kazan (Volga Region) Federal University, 89 Kazanskaya St., Yelabuga, 423600, Russia.

Введение

Новая парадигма социальной истории, получившая развитие в конце XX в. перемещала исследовательский фокус на анализ жизни людей с учетом их социальных связей и традиций, сформировавшихся культурных практик. Общество представало как целостная, динамично развивающаяся система, являвшаяся логичным результатом деятельности предшествовавших поколений, но при этом обуславливавшая модели поведения действовавшим субъектам. Одновременно эти субъекты оказывали влияние как на настоящие, так и на будущие поколения людей [16; 19].

Субъектом исторического действия является человек (социальная группа), в котором тесно переплетаются две грани социальности:

- с одной стороны человек выступает культурно-историческим субъектом, жизнь которого определяется рамками исторически сложившихся культурных практик;

- с другой человек - это социально-исторический субъект, в котором нашли воплощение социальные взаимосвязи, возникающие в процессе коммуникации характерные для современной ему эпохи.

Применительно к изучению истории купечества мы можем заметить, что вместо изучения гомогенной корпоративной идентичности предпринимательской среды, исследователю приходится сталкиваться с нередко проявляющейся конкуренцией интересов в этой среде. Одним из примеров, где интересы корпоративной идентичности купечества сталкиваются с индивидуальной рациональностью конкретного купца, служит система выстраивания коммуникации со своими служащими. Несмотря на наличие законодательно установленных правил деловой коммуникации купца и его служащих, во многих фирмах формировалась особая этика взаимоотношений с приказчиками, управляющими, поверенными.

Материалы и методы

Обращаясь к историографии вопроса, отметим, что в методологическом ключе новой социальной истории построены исследования по истории купечества В. П. Бойко, Е. В. Бурлуцкой, Ю. М. Гончарова, А. И. Османова и других ученых [5; 2; 11; 17]. В поле зрения историков попадали и нашли научный анализ образ жизни и менталитет, трудовая повседневность и этика ведения бизнеса купечества. Но при исследовании этих направлений купец как социально-исторический субъект вписывался в среду равных себе, т.е. предпринимателей, фабрикантов, владельцев торговых домов. Вместе с тем важной гранью деловой коммуникации купечества всегда были отношения с их служащими (приказчиками, управляющими, поверенными). Заметим, что предметом нашего исследования не является история приказчиков как социальной страты, мы сосредоточились на изучении системы взаимоотношений купцов и их служащих, что позволит определить содержание и эволюцию ценностей в деловой этике, выявить какие социальные процессы могли влиять на них, и какое влияние эти ценности оказывали на социальные процессы и явления. Приказчики как социальная прослойка изучались в работах К. А. Абдрахманова, М. Ю. Бирюкова, Д. С. Боброва, Н. А. Кореевой. Исследователи обращали внимание принципы оформления трудовых договоров, условия труда и отдыха, различия в трудовой повседневности приказчиков торговых и промышленных заведений [1; 3; 4; 15].

Целью нашего исследования является изучение исторических сюжетов взаимоотношений купцов со своими служащими, в которых проявлялась бы индивидуальная идентичность предпринимателя. Исследование построено на основе анализа коммуникативных практик крупной купеческой династии Стахеевых, представители которой были приписаны купцам 1-й гильдии города Елабуги, Вятской губернии, но осуществляли предпринимательскую деятельность по всей Российской империи. Подчеркнем, что выявление специфики в поведении акторов предпринимательской

среды возможно при условии осознания характерных черт коллективной идентичности этого социального слоя в целом.

Результаты

Важнейшей характеристикой трудовой повседневности российских коммерсантов второй половины XIX в. является система трудовых отношений между купцами и их приказчиками, включающая правовые аспекты заключения трудовых контрактов, виды юридической ответственности приказчиков, систему коммуникативных практик между хозяином и служащим, условия труда и отдыха.

В российской практике предпринимательской деятельности второй половины XIX – начала XX в. можно условно выделить несколько групп деловых людей, использующих различные подходы к найму служащих на работу. Крупные столичные и губернские коммерсанты и промышленники использовали практику внешнего рекрутинга, набирая служащих по объявлениям и среди лиц, ищущих работу. Региональное купечество, сохранявшее приверженность традиции семейного бизнеса, старалось набирать служащих из числа своих земляков, знакомых, т.е. одним из основных критериев в подборе персонала были надежность и честность, что обеспечивалось личным знакомством с семьей будущего служащего.

Российские законы предусматривали деление приказчиков на два класса. К первому классу относились приказчики, которые отвечали за полную торговую операцию, от момента покупки товара до его реализации. Из числа приказчиков первого класса формировался высший персонал: управляющие, поверенные, заведующие (директора) гостиницей, магазином, предприятием. Подавляющее большинство торговых служащих, ресторанных и трактирных сидельцев были приказчиками второго класса [20]. Законодательство предусматривало заключение договоров найма при приеме приказчиков на работу, в которых, оговаривался срок службы, жалование или «рядная плата» условия предоставления (или не предоставления) жилья [21]. Законодательный посыл о том, что условия найма зависят «от взаимного их с хозяевами условия» подчеркивал, что речь не о партнерах, а о хозяине и наемных работниках, что отражалось в коммуникативных практиках.

Подобные договора, сохранившиеся в архивах, являются важным истопником. Но нередко хозяин, особенно если речь шла о провинциальном купце принимал на работу обедневшего дальнего родственника или знакомого по устному договору. В этом случае наниматель и нанимающийся работник могли рассчитывать только на порядочность со стороны каждого из них, т.к. в случае возникновения трудового спора не имели доказательной базы для суда. Исковые случаи нарушения договоров найма приказчиков, отражались в судебной практике Правительствующего сената по торговым делам и так же являются важным источником по исследуемой проблеме [12].

Приказчиками могли становиться и «члены семейства, записанные в сословное купеческое свидетельство, выданное на имя начальника семейства» [21]. В этом случае закон не предусматривал составления договора о найме.

Рачительный купец был заинтересован в том, чтобы его торговые заведения работали постоянно, поэтому приказчик большую часть суток должен был находиться на службе (в лавке, магазине или выезжал по коммерческим делам хозяина). Именно поэтому купцы старались иметь приказчиков (особенно второго класса) «на холостом положении», то есть без жен и детей. Это не означало, что все приказчики были неженатыми, часто их семьи оставались в деревне или селе. Такая практика была особенно распространённой если речь шла о службе приказчиком в столичном или губернском городе, где жить с семьей было довольно дорого [10, с. 28]. В этом случае служба была своеобразным отхожим промыслом. В небольших уездных городах, каким был, например, Елабуга в Вятской губернии, на службу в приказчики нанимались

горожане средней руки, имея в этом же городе семью, дом, хозяйство. И в том и другом случае все хозяйственные дела семьи брала на себя супруга, предоставляю мужу возможность исправно выполнять служебные обязанности. В уездных городах так же встречалась практика службы на холостом положении. Приказчики жили все вместе при торговом складе или лавке, или в отдельном доме (прообраз общежития). Порядок в доме поддерживала прислуга, для приготовления пищи нанимали кухарку. Например, в 1896 г. торговому дому «Григория Стахеева сыновья» в Елабуге на пересечении главных торговых улиц принадлежала усадьба, состоявшая из двух каменных и одного деревянного дома. Пять квартир, расположенных в этих строениях, использовались для расселения приказчиков. В одной из квартир жил, как указано в документе «приказчик винной торговли» с семьей (жена, четверо детей и прислуга), а в другой квартире жили сразу 15 мужчин, которые занимали в торговом доме разные должности: служащие, приказчики, конторщики, управляющие [23, л. 176].

Провинциальные купцы старались формировать в своих фирмах корпоративный дух, который складывался из нескольких факторов:

во-первых, достойной и справедливой оплаты труда;

во-вторых, из наличия определенных социальных гарантий, которые могли выражаться в предоставлении выходных дней, материальной поддержке семей, оплаты обучения и т.д.

в-третьих, в возможности социального и карьерного роста служащих;

в-четвертых, в организации корпоративных мероприятий, направленных на формирование единого духа компании.

Яркие примеры проявления индивидуальной рациональности отдельных купцов прослеживаются в вопросах оплаты труда приказчикам. Сохраняя средний в общероссийском масштабе уровень заработной платы приказчиков, купец мог заметно увеличить оплату отдельным из них в благодарность за долголетнюю службу, личную преданность фирме и т.д.

Положение приказчиков не раз становилось предметом обсуждения на страницах периодических изданий. Предметом критики как правило был размер жалования приказчиков, который составлял в среднем 200 руб. в год., а «что касается приказчика, получающего 500 рублей, то у «солидного» купца такой, вероятно, один, для «выставки» [7]. Как отмечалось выше оплата труда приказчиков зависела от воли их хозяина. Рачительный купец, заботившийся о процветании своего коммерческого дела, проявлял заботу о своих приказчиках, но при этом был очень требователен к ним.

В стабильных торговых компаниях и династиях формировалась особая система администрирования и социальной поддержки служащих. В коммерческих предприятиях елабужских купцов Стахеевых сложилась практика определения жалования, в зависимости от класса и стажа работы приказчика и объемов торговли, осуществляемой в торговом заведении, где он служил. Приказчик первого класса, работавший в магазине с годовым оборотом в 4 тыс. руб. получал жалование 200 руб., в том случае если стаж работы составлял более 5 лет, при тех же стартовых условиях жалование повышалось до 300 руб. в год. Приказчик первого класса М. Я. Назаров, руководивший торговлей магазина с оборотом в 400 тыс. руб. получал годовое жалование в 600 руб. [24, л. 130б, 125, 225].

На общероссийском уровне чаще всего поднимался вопрос о предоставлении приказчикам еженедельных выходных и отдыха в праздничные дни. Учитывая характер предоставляемых услуг – удовлетворение потребностей покупателей в различных товарах, приказчикам приходилось работать без выходных, с 6 – 8 часов утра до 8 – 10 часов вечера. Как сообщает Александр Колычев – автор небольшого исследования

о приказчиках, написанного в начале XX в. «в Казани не найдется и 10 хозяев, которые предоставляли приказчикам добровольно отдых в праздничные дни» [14, с. 24].

Вопрос о необходимости отдыха приказчиков в праздничные в Елабуге стал предметом дискуссии на страницах газеты «Волжский вестник». Корреспондент газеты отмечал, что подавляющее большинство приказчиков работают без выходных и только служащие трех торговых домов («Григория Стахеева сыновья», «Товарищество П. К. Ушков и К^о» и «Ф. П. Гирбасов с сыновьями и К^о») имеют возможность проводить праздники в кругу семьи [9].

Согласно данным Первой всеобщей переписи населения количество жителей Казани составляло 131 508 чел., а количество жителей Елабуги – 9776 чел., т.е. в 13 раз меньше, соответственно и количество предпринимателей здесь было значительно меньше [18, с. 8-9]. Но при этом 3 фирмы предоставляли отдых в праздничные дни своим приказчикам, в Казани меньше 10. А если учесть, что согласно данным вышеупомянутого А. Колычева во многих городах России приказчики вообще не имели выходных дней, то ситуация с уездной Елабугой является скорее исключением из правил, особенно если учесть, что торговые обороты трех названных купеческих фирмы оставляли более 2/3 городских оборотов. Что же толкало елабужских купцов выходить за рамки коллективной идентичности торгового сословия в системе отношений со своими служащими? В первую очередь именно практика набора служащих из числа земляков. При этом купец осознавал, что его авторитет в среде городского общества, во многом зависит от его отношения с приказчиками, которые составляли часть этого общества. Широко распространенная в Российской империи практика оказания благотворительной помощи дополнялась в купеческой среде практикой оказания социальной поддержки своих служащих. Приказчики елабужских купцов Стахеевых пользовались льготами при покупке товаров в торговых точках фирмы. Они могли брать в лавке или магазине продукты под запись в специальной книге, при этом сумма долга не вычиталась из жалования. А на Рождественской или Пасхальной неделе за верную службу хозяева «прощали долг». Стахеевы оплачивали обучение детям своих служащих в учебных заведениях города (Реальном училище, Женской гимназии, Епархиальном женском училище).

Купцы были заинтересованы в стабильности состава своих служащих и их долголетней службе. Чаще всего поступив в купеческую фирму в качестве «мальчика» (ученика приказчика) в 10-12 лет сыновья мещан и крестьян старались закрепиться в ней и уже к 16-17 годам поднимались по социальному лифту до должности приказчика второго класса. Долгая и безупречная служба у предприимчивого купца, позволяла приказчикам получить практический навык ведения коммерческого дела и даже самим записаться в купечество. Так, в 1888 г. в составе гласных елабужской городской думы было 25 купцов, а из них 7 недавно вышли из приказчиков [8]. Показательным примером является судьба стахеевского служащего Прокопия Батолина, родившегося в семье государственных крестьян и в 17 лет поступившего на службу к И. Г. Стахееву. Спустя полтора года Прокопий уже служит в Петербургском отделении торгового дома «И. Г. Стахеев и сыновья», а затем становится деловым партнером одного из крупнейших представителей династии Ивана Ивановича Стахеева [13].

На авторитет купеческой фирмы влияли и мероприятия, направленные на формирование единой корпоративной культуры. Визуальным свидетельством корпоративной культуры являются корпоративные групповые портреты, которые давали наглядное представление о масштабе фирмы, подчеркивали сплоченность участников коллектива. В фондах Музея елабужского купечества Елабужского института КФУ хранится корпоративное групповое фото приказчиков торгового дома «И. Г. Стахеев», датирующиеся 10 марта 1907 г. - годом учреждения семейной фирмы. Фотография включает 65 погрудных портретов приказчиков торгового дома, размещённых

вокруг портрета его учредителя И. Г. Стахеева. В левом верхнем углу фото надпись: «Служащие торгового дома», а в центре надпись с названием торгового дома: «И. Г. Стахеев». Корпоративность прослеживается во включение в официальную фотографию – двух пейзажных изображений: вид ул. Спасской и здания главной конторы торгового дома, и вида на Елабугу со стороны реки Кама - главной торговой судоходной и торговой артерии края [22]. Такой корпоративный бизнес портрет, в декорированном багете черного дерева получил каждый изображенный на ней служащий торгового дома в год его учреждения. Конечно, подобное фото стало украшением дома каждого приказчика Стахеевых и способствовало росту имиджа фирмы в глазах ее служащих и их близких. В деятельности торговых домов Стахеевых прослеживались и элементы тимбилдинга, то есть организации общения коллектива служащих в неформальной обстановке: на пикниках и праздниках. В фондах Музея Елабужского государственного и художественного музея заповедника сохранились два групповых портрета приказчиков Стахеевых на отдыхе, сделанных на природе в летнее и зимнее время. Визуальный анализ фотоизображений позволяет сделать вывод, что фирмах Стахеевых присутствовал определенный дресс-код в одежде. В зимнее время все приказчики одеты в темные длиннополые двубортные сюртуки из толстого сукна, а летом легкие сюртуки с жилетом и рубашкой.

Вещественным атрибутом корпоративной культуры в фирмах Стахеевых является наличие визитных карточек с указанием фамилии и имени, и должности, занимаемой в фирме. Примером может служить визитная карточка Якова Александровича Ветлужских, доверенного торгового дома «И. Г. Стахеев» [6].

Заключение

Подводя итоги отметим, что исследование купечества Российской империи второй половины XIX – начала XX в. с применением методологии новой социальной истории позволяет выявить связь между индивидуальной рациональностью в деятельности отдельных коммерсантов и коллективной идентичностью предпринимательства в целом. А это означает, что в исторических нарративах действия предпринимателей, предпринятые под воздействием их внутренних мотивов, переплетаются с объективными факторами социальной среды. Проведение исследований в проблемном поле новой социальной истории предполагает расширение типов использованных источников и включение в их число фотодокументов и вещественных свидетельств эпохи, отложившихся в фондах музеев Российской Федерации. Законодательство второй половины XIX в. четко очерчивало границы трудовой деятельности приказчиков, но купцы нередко избирали индивидуальную траекторию построения деловых отношений со своими служащими. Законодательство не предусматривало социальных выплат или иной формы социальной поддержки со стороны купцов в адрес приказчиков больших, чем записано в договоре найма. Поэтому имевшие место в среде предпринимательства факты социальной поддержки приказчиков были исключительно инициативой самого купца и служат примером индивидуальной рациональности, выходящей за сложившиеся в предпринимательской среде рамки коллективной идентичности. Свидетельством креативной роли субъективности купечества в построении социальных практик взаимодействия со своими служащими являются практики, направленные на формирование корпоративной культуры фирмы. К факторам, влиявшим на формирование корпоративного духа в купеческих фирмах, мы относим приёмы и размеры оплаты труда, наличие системы социальных гарантий, возможность карьерного роста и набор мероприятий, направленных на сплочение коллектива.

Примечания

1. Статья подготовлена по итогам работы научного семинара «История предпринимательства в регионах России: теоретико-методологические подходы к исследованию» в рамках деятельности Центра исследований истории предпринимательства регионов России (Институт российской истории РАН, Елабужский институт (филиал) КФУ).

Список источников и литературы

1. *Абдрахманов К. А.* Особенности деловых отношений купцов и приказчиков в условиях приграничной провинции на примере Оренбургской губернии второй половины XIX – начала XX в. // *История повседневности.* 2019. № 3 (11). С. 116–129.
2. *Банникова (Бурлуцкая) Е. В.* Повседневная жизнь уральского купечества в первой половине XIX века. Оренбург: РЦРО, 2010. 206 с.
3. *Бирюков М. Ю.* Персонал торговых заведений Российской империи в начале XX в. (на примере Курской губернии) // *Via in tempore. История. Политология.* 2013. № 8 (151). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/personal-torgovyh-zavedeniy-rossiyskoy-imperii-v-nachale-xx-v-na-primere-kurskoj-gubernii> (дата обращения: 24.10.2022).
4. *Бобров Д. С.* Институт приказчиков в системе управления территорией Верхнего Приобья в первой половине XVIII в. // *Известия Алтайского гос. ун-та.* 2013. № 4 (80). С.114–118.
5. *Бойко В. П.* Купечество Западной Сибири в конце XVIII – XIX в.: очерки социальной, отраслевой, бытовой и ментальной истории. Томск: Изд-во Томск. ун-та, 2007. 307 с.
6. *Визитная каточка Я. А. Ветлужских* // Семейный архив Т. Янчевской.
7. *Волжский вестник.* 1882. 14 дек.
8. *Волжский вестник.* 1888. 14 янв.
9. *Волжский вестник.* 1894. 9 (21) авг.
10. *Гетманов В. Г., Немиров А. Ю.* Судьба московских купцов Стриженовых, 1813 – 1917 гг. М.: НИЯУ МИФИ, 2019. 136 с.
11. *Гончаров Ю. М.* Очерки повседневной жизни горожан Сибири второй половины XIX – начала XX в. Барнаул: Изд-во АлтГУ, 2014. 348 с.
12. *Гребнер В. Ф.* Практика 4-го Департамента и второго общего собрания Правительствующего сената по торговым делам, 1899-1896 гг. / сост. В. Гребнер. СПб.: Тип. М.М. Стасюлевича, 1896. Ч. 2. 446 с.
13. *Кашапова Е. А.* Провинциальные черты в облике предпринимателя и финансиста П. П. Батолина (1878–1939). Взгляд современников // *Социокультурное пространство российской провинции: историческая память и национальная идентичность : сб. науч. материалов IX Стахеевский чтений (21-22 ноября 2019 г.).* Елабуга, 2019. С. 105–110.
14. *Кольчев А. А.* Приказчики и их нужды. Ярославль: Северное эхо, 1905. 59 с.
15. *Корева Н. А.* «Обязуюсь находится у него в услужении в должности приказчика»: оформление трудовых отношений между купцами и приказчиками в первой половине XIX в. (по материалам Казанской губернии) // *Из истории и культуры народов Среднего Поволжья.* 2018. № 8. С. 115–133.
16. *Лепти Б.* Общество как единое целое: о трех формах анализа социальной целостности // *Одиссей: Человек в истории.* 1996: Ремесло историка на исходе XX века. М., 1996. С. 148–164.
17. *Османов А. И.* Социокультурные аспекты формирования петербургского купечества в XIX веке // *Известия РГПУ им. А. И. Герцена.* 2006. № 16. С. 115–127.
18. *Первая всеобщая перепись населения Российской империи 1897 года.* Вып. 2: Население городов по переписи 28-го января 1897 года. СПб.: Изд. Центр. стат. ком. М-ва вн. дел., 1897. 42 с.
19. *Репина Л. П.* Историческая наука на рубеже XX – XXI вв.: социальные теории и историографическая практика. М.: Кругъ, 2011. 560 с.
20. *Собрание законов Российской империи (СЗ РИ).* Т. 11. Ч. 2: Устав торговый. Кн. 1. Ст. 258–259.

21. СЗ РИ. Т. 11. Ч. 2: Устав торговый. Кн. 1. Ст. 8.
22. Фото приказчики торгового дома «И.Г. Стахеев» // Фонды музея елабужского купечества. МЕК ЕИ ГИК МБ № 1.
23. Центральный государственный архив Удмуртской республики (ЦГАУР). Ф. Р-1655. Оп. 8. Д. 13. Л. 176.
24. Центральный государственный архив Кировской области (ЦГАКО). Ф. 176. Оп. 1. Д. 3394. Л. 13 об., 125, 225.

References

1. 1.Abdrakhmanov, KA 2019, 'Osobennosti delovykh otnosheniy kuptsov i prikazchikov v usloviyakh prigranichnoy provintsii na primere Orenburgskoy gubernii vtoroy poloviny XIX – nachala XX v.' (Features of business relations between merchants and sales in the conditions of frontier province on the example of the Orenburg province in the second half of the XIX – early XX centuries), *Istoriya pousednevnosti*, no. 3 (11). pp.116–129. (In Russ.)
2. Bannikova (Burlutskaya), EV 2010, *Pousednevnyaya zhizn uralskogo kupechestva v pervoy polovine XIX veka* (Daily life of the Ural merchants in the first half of the 19th century), RTSRO publ, Orenburg. (In Russ.)
3. Biryukov, MYu 2013, 'Personal torgovykh zavedeniy Rossiiskoy imperii v nachale XX v. (na primere Kurskoy gubernii)' (The staff of trade establishments of the Russian Empire at the beginning of the 20th century (on the example of the Kursk province)), *Via in tempore. Istoriya. Politologiya*. no.8 (151), viewed 24 October 2022, <https://cyberleninka.ru/article/n/personal-torgovykh-zavedeniy-rossiyskoy-imperii-v-nachale-xx-v-na-primere-kurskoy-gubernii>. (In Russ.)
4. Bobrov, DS 2013, 'Institut prikazchikov v sisteme upravleniya territoriyey Verkhnego Priobya v pervoy polovine XVIII v' (Fortressclerk's Institution in the System of Administration in Verkhnee Priobie in the First Half of 18th Century), *Izvestiya AltGU*, no. 4 (80). pp.114–118. (In Russ.)
5. Boyko, VP 2007, *Kupechestvo Zapadnoy Sibiri v kontse XVIII – XIX v.: ocherki sotsialnoy, otraslevoiy, bytovoy i mentalnoy istorii* (Merchants of Western Siberia at the end of the 18th - 19th centuries: essays on social, sectoral, household and mental history.), Iz-vo Tom. un-ta publ, Tomsk. (In Russ.)
6. Vizitnaya katochka Ya.A. Vetluzhskikh (Ya. A. Vetluzhsky business card), *Semeynyy arkhiv T. Yanchevskoy*. (In Russ.)
7. 1882, *Volzhskiy vestnik*, 14 December. (In Russ.)
8. 1888, *Volzhskiy vestnik*, 14 January. (In Russ.)
9. 1894, *Volzhskiy vestnik*, no. 9(21), August. (In Russ.)
10. Getmanov, VG & Nemirov, AYu 2019, *Sudba moskovskikh kuptsov Strizhenovykh, 1813 – 1917 gg.* (The fate of the Moscow merchants Strizhenovs, 1813 – 1917), NIYaU MIFI publ, Moscow. (In Russ.)
11. Goncharov, YuM 2014, *Ocherki pousednevnoy zhizni gorozhan Sibiri vtoroy poloviny XIX - nachala XX v.* (Essays on the everyday life of Siberian townspeople in the second half of the 19th – early 20th centuries), Izd-vo AltGU publ, Barnaul. (In Russ.)
12. Grebner, VF 1896, *Praktika 4-go Departamenta i vtorogo obshchego sobraniya Pravitelstvuyushchego senata po torgovym delam, 1899 – 1896 gg.* (Practice of the 4th Department and the second general meeting of the Governing Senate for Commercial Affairs, 1899 – 1896.), Vol. 2, collect. V. Grebner, Tip. M. M. Stasyulevicha publ, St. Petersburg. (In Russ.)
13. Kashapova, EA 2019, 'Provintsialnyye cherty v oblike predprinimatelya i finansista P.P. Batolina (1878 – 1939) Vzglyad sovremennikov' (Provincial features in the P. Batolin's, an entrepreneur and financier, image (1878 – 1939). Contemporaries' view), *IX Stakheevskie chteniya*. 21-22November 2019, Elabuga, pp.133–137. (In Russ.)
14. Kolychev, AA 1905, *Prikazchiki i ikh nuzhdy* (Clerks and their needs.). Severnoe echo publ, Yaroslavl. (In Russ.)
15. Koreeva, NA 2018, '«Obyazuyus nakhoditsya u nego v usluzhenii v dolzhnosti prikazchika»: oformleniye trudovykh otnosheniy mezhdru kuptsami i prikazchikami v pervoy polovine XIX v. (Po materialam Kazanskoy gubernii)' ("I undertake to be in his service as a clerk": registration

- of labor relations between merchants and clerks in the first half of the 19th century. (According to the Kazan province materials)), *Iz istorii i kultury narodov Srednego Povolzhya.*, no. 8, pp. 115–132. (In Russ.)
16. Lepetit, B 1996, 'Obshchestvo kak yedinoye tseloye: o trekh formakh analiza sotsial'noy tselostnosti' (Society as a whole: about three forms of analysis of social integrity), *Odissei. Chelovek v istorii*, Moscow, pp.148–164. (In Russ.)
 17. Osmanov, AI 2006, Sotsiokulturnye aspekty formirovaniya peterburgskogo kupechestva v XIX veke (Sociocultural aspects of the formation of the St. Petersburg merchants in the 19th century), *Izvestiya RGPU im. A. I. Gertsena*, no. 16. pp. 115–127. (In Russ.)
 18. *Pervaya vseobshchaya perepis naseleniya Rossiiskoy imperii 1897 goda. Naselenie gorodov po perepisi 28-go yanvaryaya 1897 goda* (The first general census of the population of the Russian Empire in 1897. Population of cities according to the January 28, 1897 census)), no. 2 Izd. Tsentr. Stat. komitetom M-va vn. Del publ, St. Petersburg. (In Russ.)
 19. Repina, LP 2022, *Istoricheskaya nauka na rubezhe XX – XXI vv.: sotsialnyye teorii i istoriograficheskaya praktika* (Historical Science at the Turn of the 20th – 21st Centuries: Social Theories and Historiographic Practice), Krug publ, Moscow. (In Russ.)
 20. *Sobraniye zakonov Rossiyskoy imperii (SZ RI)* (Collection of laws of the Russian Empire). Vol.11. P.2. Ustav torgovyi (Commercial code). Vol. 1. pp. 258–259. (In Russ.)
 21. SZ RI. Vol.11. P.2. Ustav torgovyi (Commercial code). Vol.1. p. 8. (In Russ.)
 22. Foto prikazchiki torgovogo doma «I.G. Stakheyev» (Photo of clerks of the trading house “I.G. Stakheev”). *Fondy muzeya yelabuzhskogo kupechestva*.
 23. Tsentralnyy gosudarstvennyy arkhiv Kirovskoy oblasti (TSGAKO) (Central State Archive of the Udmurt Republic, fund R-1655, inventory 8, file 13, sheet 176. (In Russ.)
 24. TSGAKO, fund 176, inventory 1, file 3394, sheet 13 page back 125, 225. (In Russ.)

Статья поступила в редакцию: 02.12.2022
Одобрена после рецензирования: 23.12.2022
Принята к публикации: 27.12.2022

The article was submitted: 02.12.2022
Approved after reviewing: 23.12.2022
Accepted for publication: 27.12.2022

Научная статья

УДК 659.1.01:930.2

<https://doi.org/10.22405/2712-8407-2022-4-16-22>

РЕКЛАМНЫЙ СЛОГАН КУПЕЧЕСКИХ ОБЪЯВЛЕНИЙ КАК ИСТОЧНИК ИНФОРМАЦИИ О ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (ПО МАТЕРИАЛАМ «КАЗАНСКОГО ТЕЛЕГРАФА» ЗА 1904 – 1905 ГГ.)¹

**Ирина Евгеньевна
Крапоткина**

Елабужский институт (филиал) Казанского
(Приволжского) федерального университета,
Елабуга, Россия, ikrapotkina@mail.ru
<http://orcid.org/0000-0002-7106-1113>

Аннотация. Статья посвящена анализу частных рекламных объявлений, публиковавшихся купцами в газете «Казанский телеграф» за 1904 – 1905 гг. В основе исследования лежат «источники в источнике». Во-первых, сама газета «Казанский телеграф» является сложным историческим источником, так как периодическая печать отличается многофункциональностью, при её исследовании необходимо учитывать своеобразие состава и характер представленных информационных материалов. Во-вторых, объявления, опубликованные на страницах газеты, сами по себе являются историческим источником, так как дают общее представление о предпринимательской деятельности российского купечества в начале XX в., позволяют выявить категории продаваемых товаров, показать особенность сезонных рекламных частных объявлений. В статье отмечается, что информативная ценность купеческих объявлений позволяет реконструировать социальную действительность в конкретный исторический период, почерпнуть ценный фактический материал о популярных товарах, об интересах потребителей.

Отдельное внимание в статье акцентируется на рекламном слогане объявлений предпринимателей, который позволяет мотивировать покупателя на приобретение товара, даёт возможность представить круг товаров и услуг, пользующихся популярностью у потребителей в России в начале XX в. Объём рекламных объявлений в «Казанском телеграфе» за 1904 – 1905 гг. был довольно большим, поэтому в условиях изобилия рекламы владельцам магазинов чрезвычайно важно было использовать в объявлениях лаконичные, запоминающиеся фразы, чтобы привлечь как можно больше потенциальных покупателей.

Источниковедческий анализ позволил осуществить классификацию частных объявлений, ранжировав рекламируемые товары по группам: «Одежда. Обувь», «Здоровье», «Гигиена», «Увлечения», «Быт. Хозяйство. Производство», «Хобби», «Праздничная культура». Сделан вывод, что рекламные тексты, представленные в «Казанском телеграфе» за 1904 – 1905 гг., в основном носили характер справочной, деловой информации, которая типична для жанра объявлений. В частных купеческих объявлениях были представлены субъективные характеристики рекламируемого товара, его привлекательные качества, выгодная цена, что делало его интересным для покупателя.

Ключевые слова: Российская империя, провинциальная пресса, «Казанский телеграф», купеческие объявления, рекламный слоган, предпринимательская деятельность.

Для цитирования: Крапоткина И. Е. Рекламный слоган купеческих объявлений как источник информации о предпринимательской деятельности (по материалам «Казанского Телеграфа» за 1904 – 1905 гг.) // Тульский научный вестник. Серия История. Языкознание. 2022. Вып. 4 (12). С. 16–22. <https://doi.org/10.22405/2712-8407-2022-4-16-22>

Сведения об авторе: И. Е. Крапоткина – доцент, кандидат исторических наук, доцент кафедры всеобщей и отечественной истории, Елабужский институт (филиал) Казанского (Приволжского) федерального университета, 423600, Россия, Республика Татарстан, г. Елабуга, ул. Казанская, 89.

© Крапоткина И. Е., 2022

Scientific Article
UDC 659.1.01:930.2
<https://doi.org/10.22405/2712-8407-2022-4-16-22>

THE MERCHANT ADVERTISING SLOGAN AS A SOURCE OF INFORMATION ABOUT ENTREPRENEURIAL ACTIVITY (BASED ON THE MATERIALS OF THE KAZANSKIY TELEGRAF FOR 1904 – 1905)¹

Irina E. Krapotkina

Yelabuga Institute of Kazan (Volga Region)
Federal University,
Yelabuga, Russia, ikrapotkina@mail.ru
<http://orcid.org/0000-0002-7106-1113>

Abstract. This article analyses private advertisements published by merchants in the *Kazanskiy Telegraph* newspaper of 1904 – 1905. The research is based on "sources within a source". Firstly, the *Kazanskiy Telegraph* is a complex historical source, as the print media is multifunctional. When researching the newspaper, it is necessary to take into account the peculiarity of the composition and nature of the informational materials presented. Secondly, the advertisements published in the newspaper are also a historical source as they give a general idea of the entrepreneurial activities of Russian merchants in the early 20th century, allow us to identify the categories of goods sold and show the special features of seasonal private advertisements. The article notes that the informative value of merchant ads allows us to reconstruct social reality in a particular historical period, to obtain valuable factual material about popular products and consumer interests.

Special attention is paid to the advertising slogan of entrepreneurs' ads, which allows motivating the buyer to purchase goods, makes it possible to present a range of goods and services that are popular with consumers in Russia at the beginning of the 20th century. The volume of advertisements in the *Kazanskiy Telegraph* for 1904 – 1905 was quite large, so with the abundance of advertising, it was extremely important for shopkeepers to use concise, catchy phrases in advertisements in order to attract as many potential customers as possible.

The source analysis made it possible to classify private ads by ranking the advertised goods into groups of "Clothing. Shoes", "Health", "Hygiene", "Hobbies", "Everyday life. Economy. Production", "Hobby", "Holiday culture". It is concluded that the advertising texts presented in the *Kazanskiy Telegraph* were mainly of the nature of reference, business information, which is typical for the genre of ads. Private merchant advertisements presented the subjective characteristics of the advertised product, its attractive qualities, and its favourable price, which made it interesting for the buyer.

Keywords: Russian Empire, provincial press, the *Kazanskiy Telegraph*, trade announcements, advertising slogan, entrepreneurial activity.

For citation: Krapotkina, IE 2022, "The merchant advertising slogan as a source of information about entrepreneurial activity (based on the materials of the *Kazanskiy Telegraph* for 1904 – 1905)", *Tula Scientific Bulletin. History. Linguistics*, issue 4 (12), pp. 16–22, <https://doi.org/10.22405/2712-8407-2022-4-16-22> (in Russ.)

Information about the Author: *Irina E. Krapotkina* – Associate Professor, PhD in Historical Sciences, Associate Professor of Chair of General and Russian History, Yelabuga Institute of Kazan (Volga Region) Federal University, 89 Kazanskaya St., Yelabuga, 423600, Russia.

В настоящее время нас повсюду окружает реклама, без неё не представляется осуществление фактически любой сферы деятельности. Через рекламу общество получает информацию об объекте рекламирования, формируя тем самым потребительский интерес. Отдельное внимание заслуживает рекламный слоган – лаконичная, легко запоминающаяся фраза, которая выражает суть рекламного сообщения. Рекламный слоган позволяет мотивировать покупателя на приобретение товара, даёт возможность представить круг товаров и услуг, пользующихся популярностью в разные периоды времени.

К началу XX века реклама стала неотъемлемой частью содержания общероссийских и провинциальных газет. Как исторический источник, купеческая реклама является предметом исследования историков, филологов, социологов, культурологов, что говорит о многогранности и многофункциональности материала [1; 2; 3; 4; 15; 16; 17; 18; 20]. Авторы говорят о рекламе как о результате специфического вида деятельности человека, рассматривают рекламу как отдельный речевой жанр.

В экспозиции Музея елабужского купечества Елабужского института (филиала) КФУ представлена газета «Казанский телеграф» за 1904 – 1905 гг. Она издавалась в Казани в 1893 – 1917 гг. По направленности это была газета политическая, общественная, литературная и коммерческая. Издателем была Александра Георгиевна Ильяшенко, редактором являлся её супруг Николай Алексеевич Ильяшенко. «Казанский телеграф» выходил ежедневно, кроме дней после праздников (в начале XX в. тираж достигал более 4,5 тыс. экземпляров) [6]. Газета была чёрно-белой, публикации дополнялись иллюстрациями и фотоматериалами. «Казанский телеграф» по объёму была 4-хполосной, реже – 6-типолосной газетой, текст печатался в шесть колонок.

Тематически газета отражала общероссийские, губернские и городские новости, была рассчитана на читательскую аудиторию Казани и в целом Волжско-Камского края. Отдельный исследовательский интерес представляют объявления, публиковавшиеся на страницах «Казанского телеграфа». Они дают общее представление о предпринимательской деятельности купечества, позволяют выявить категории продаваемых товаров, показать особенность сезонных рекламных частных объявлений. Как правило, основная масса объявлений публиковалась на 1 и 4 (6) страницах. Можно предположить, что частные объявления приносили редакции большую часть доходов, объём рекламируемых товаров был существенным. Цена для объявлений была следующей:

- публикуя объявление на первой странице первый раз, его стоимость составляла 40 копеек за строку петита², последующие – 20 копеек;
- публикуя объявление на четвёртой странице первый раз строка петита составляла 20 копеек, последующие – 10 копеек.

Подписная цена «Казанского телеграфа» на год составляла 6 рублей без доставки, 7 рублей с доставкой, для иногородних граждан – 9 рублей. Подписка на один месяц составляла 65 копеек (без доставки), 75 копеек с доставкой и для иногородних – 75 копеек [5].

В России частная реклама купцов в газетах впервые появляется в «Санкт-Петербургских ведомостях» в 30-х годах XVIII в. При этом первые объявления по содержанию текста были лаконичными, без лишних деталей [19, с. 225].

Анализ объявлений, публиковавшихся в «Казанском телеграфе» за 1904 – 1905 гг., показывает, что информация визуально отличалась шрифтами, иногда объявления помещали в рамках, использовались декоративные элементы, рисунки. Это, безусловно, привлекало внимание читателя. Однако отсутствовали рубрики, которые могли бы объединить объявления тематически. Такое хаотичное размещение рекламной информации может говорить о том, что объявлениями заполняли полосу по мере того, как они поступали в редакцию.

Типичное объявление содержало в себе название товара или товаров, его качество или характеристики, стоимость, адрес, где можно приобрести товар, в некоторых случаях номер телефона владельца: «Единственные представители АО «Граммофон» для г. Казани. Бр. Половниковы. Музыкальный магазин. Б. Проломная ул., под №№ Щетинкина. Извещают, что с 23 декабря получены новые напетые пластинки для граммофона известных артистов. При магазине имеется мастерская. Тел. № 345» [14, с. 4].

Цены, указывавшиеся в объявлениях, были представлены в следующих вариантах: 1) цены умеренные; 2) цены без запроса, т.е. фиксированные, неизменные; 3) по фабричным ценам [5, с. 4; 13, с. 1; 14, с. 4].

Проанализированные частные купеческие объявления можно классифицировать по следующим группам: 1) «Одежда. Обувь» – здесь рекламировали сезонную женскую, детскую и мужскую одежду и обувь, 2) «Здоровье», «Гигиена» – предприниматели предлагали продукты для здорового питания, зубные пасты, мыло, одеколоны и духи; 3) «Увлечения» – реклама табачной продукции, 4) «Быт. Хозяйство. Производство» – рекламировались домашняя посуда, хозяйственные принадлежности, швейные машинки, технические изделия; 5) «Хобби» – реклама музыкальных пластинок и инструментов, спортивных товаров; 6) «Праздничная культура» – сувенирная продукция [6]. К началу XX в. реклама стала безусловной частью предпринимательской практики, иллюстрировала повседневную жизнь и интересы провинциальных горожан, демонстрировала модные тенденции времени.

Особенностью текста некоторых объявлений было указание на авторитетное лицо, с целью подчеркнуть уровень качества товара: «Торговля аптекарскими товарами Р. Г. Майзельс, наследницы Г. В. Майзельс рекомендует для отправки в действующую армию сгущённые, питательный, очень приятный на вкус шоколад со сливками в плитках, питательный какао д-ра Ломана, совершенно натуральное, абсолютно стерилизованное молоко в порошке, мясной экстракт для моментального приготовления к употреблению крепкого питательного бульона, без всяких приправ. Магазины: 1) Рыбнорядская, д. Галкина. Тел. № 460; 2) Проломная, д. Жадиной, близ церкви Богоявления» [5, с. 4].

Для успешной рекламы товара нередко предприниматели использовали указание на запатентованный фабричный знак, или делали отсылку к почётному званию торговой марки «поставщик двора Его Императорского Величества» [14, с. 4].

В тексте ряда объявлений присутствовала простая убедительная констатация факта, а в некоторых случаях объявление публиковалось на всю ширину полосы, что также визуально должно было привлечь внимание читателя [11, с. 1; 13, с. 1].

В весенних номерах предприниматели, торговавшие одеждой, объявляли о скидках и распродажах. Торговцы, подававшие объявления в зимний период о поступлении или пошиве шуб, предлагали услугу по хранению верхней одежды [7, с. 1; 8, с. 1]. Это говорит о безусловной предприимчивости и находчивости владельцев магазинов.

В 1904 – 1905 гг. Российская империя участвовала в русско-японской войне, и некоторые предприниматели в рекламном слогане пытались воздействовать на эмоции и чувства потребителей. Так, реклама товаров магазина Дмитрия Свешникова гласила: «Тяжёлое время! Денег нет! Чрезвычайно дёшево продают посуду, лампы и всевозможные предметы для хозяйства на распродаже» [8, с. 4].

В преддверии Пасхальных праздников (в 1905 г. Пасха была 30 апреля), в газете были опубликованы объявления следующего содержания: «Заграничные краски и лаки для яиц предлагают аптекарские магазины А. Ф. Кешнер и К°»; «Яйца! Громадный выбор у И. М. Крекнина. Гостиный двор. С сюрпризами от 5 копеек до 10 рублей

штука, с русско-японской войной от 60 копеек и много других фарфоровые и бронзовые» [8, с. 1; 10, с. 1]. Данный пример наглядно демонстрирует традиции праздничной культуры горожан Российской империи в начале XX в.

Некоторые объявления носили характер предостережения, высказывалось опасение, что на рынке присутствуют подделки. Например, «Остерегайтесь подделок и подражаний. Настоящее известное своим сильным, тонким запахом и высшим качеством мыло ВЭРА МЮСК только парфюмерной ф-ки С. И. Чепелевецкий с Сыновьями. Москва, Никольская ул.» [10, с. 1]. Другое объявление гласило: «От магазина искусственных минеральных и фруктовых вод Наследницы Л. Х. Юнг, в Казани, Предостережение, в виду появившихся точных подражаний этикетов зельтерской воды и др., по рисунку и по цвету, под этикетки нашей фирмы, прошу покорнейше, гг. покупателей, при требовании наших вод, обращать внимание на этикетах на фирму «Н-цы Л. Х. Юнг» и клеймо на пробках (внутри бутылки). С почтением Н-ца Л. Х. Юнг» [12, с. 6].

Многообразие стилей и особенностей текста объявлений, даёт возможность осуществить не только внешнюю, но и внутреннюю критику рекламы и рекламного слогана, проанализировать деятельность отдельных представителей предпринимательского сообщества, выявить специфику товаров и предоставляемых услуг. Частным объявлениям свойственна информативная функция, так как реклама учитывала ситуацию на рынке товаров и услуг, что способствовало их успешному продвижению.

Таким образом, рекламные тексты, представленные в «Казанском телеграфе» за 1904 – 1905 гг., в основном носили характер справочной, деловой информации, которая типична для жанра объявлений. В частных купеческих объявлениях были представлены субъективные характеристики рекламируемого товара, его привлекательные качества, выгодная цена, что делало его интересным для покупателя.

Примечания

1. Статья подготовлена по итогам работы научного семинара «История предпринимательства в регионах России: теоретико-методологические подходы к исследованию» в рамках деятельности Центра исследований истории предпринимательства регионов России (Институт российской истории РАН, Елабужский институт (филиал) КФУ).
2. Петит – это 1/6 квадрата, типографский шрифт, кегель равен 8 пунктам.

Список источников и литературы

1. *Вертинский Н. С.* Газета в России и СССР. XVII – XX вв. М. ; Л.: Гос. соц.-экон. изд-во, 1931. 168 с.
2. *Дронова Е. М., Елецкова Д. А.* Лингвистические особенности рекламных слоганов, относящихся к концептосфере «еда» (на материале английского языка) // Факультет романо-германской филологии : сайт / Воронежский гос. ун-т. URL: <https://www.rgph.vsu.ru/ru/science/sss/reports/6/eletskova.pdf> (дата обращения: 18.12.2022).
3. *Зарипова К.* Реклама и объявления в уфимских газетах 1910 – 1920-х годов как источник изучения социально-экономической реальности» // История повседневности : [сайт]. URL: <http://www.el-history.ru/node/415> (дата обращения: 18.12.2022).
4. *Игнатенко А. А.* Очерки истории российской рекламы. СПб.: Алетейя, 2015. 88 с.
5. Казанский телеграф. 1904. 31 дек. С. 4.
6. Казанский телеграф. 1904-1905.
7. Казанский телеграф. 1905. 20 марта. С. 1.
8. Казанский телеграф. 1905. 24 марта. С. 1.
9. Казанский телеграф. 1905. 24 марта. С. 4.
10. Казанский телеграф. 1905. 25 марта. С. 1.
11. Казанский телеграф. 1905. 28 мая. С. 1.

12. Казанский телеграф. 1905. 30 апр. С. 6.
13. Казанский телеграф. 1905. 4 янв. С. 1.
14. Казанский телеграф. 1905. 4 янв. С. 4.
15. Каримова А. Е. Краеведческий потенциал печатной рекламы // Проблемы краеведческой деятельности библиотек : материалы XIX Всерос. науч.-практ. семинара (г. Вологда, 9-12 октября 2018 г.). СПб.: Рос. нац. б-ка, 2018. С. 190–196.
16. Миронова А. А. Реклама в справочных изданиях XIX – начала XX вв.: историко-лингвистический аспект. Челябинск: Полиграф-Мастер, 2009. 250 с.
17. Павловская О. Е. Эволюция рекламного слогана в России // Язык как зеркало культуры : сб. ст. по материалам науч.-исследоват. работы кафедры рус. языка и речевой коммуникации Кубанского ГАУ им. И. Т. Трубилина за 2019/20 учеб. год. Краснодар: Изд-во Кубанского ГАУ им. И. Т. Трубилина, 2020. С. 6–12.
18. Савельева О. О., Трубникова Н. В. Всеобщая история рекламы. М.: Дашков и К, 2022. 452 с.
19. Тарасова К. П. Развитие печатной рекламы как речевого жанра на материале российских газет XVIII – XX вв. // Вестник Кемеровского государственного университета. 2018. № 2. С. 225–230.
20. Якутина Е. Н. Реклама как исторический источник // Экономические и социально-гуманитарные исследования. 2017. № 4 (16). С. 29–36.

References

1. Vertinskiy, NS 1931, *Gazeta v Rossii i SSSR. XVII – XX vv.* (Newspaper in Russia and the USSR. 17th – 20th centuries). Gosudarstvennoye sotsial'no-ekonomicheskoye izdatel'stvo publ, Moscow; Leningrad. (In Russ.)
2. Dronova, EM & Eletska, DA, 'Lingvisticheskiye osobennosti reklamnykh sloganov, otnosyashchikhsya k kontseptosfere «yeda» (na materiale angliyskogo yazyka)' (Linguistic features of advertising slogans related to the concept sphere "food" (on the material of the English language)), *Fakultet romano-germanskoy filologii, Voronezhskiy gosudarstvennyy universitet*, viewed 18 December 2022, <https://www.rgph.vsu.ru/ru/science/sss/reports/6/eletska.pdf>. (In Russ.)
3. Zariyeva, K, 'Reklama i obyavleniya v ufimskikh gazetakh 1910 – 1920-kh godov kak istochnik izucheniya sotsialno-ekonomicheskoy realnosti' (Advertising and announcements in Ufa newspapers of 1910 – 1920s as a source for studying socio-economic reality), *Istoriya povsednevnosti*, viewed 18 December 2022, <http://www.el-history.ru/node/415>. (In Russ.)
4. Ignatenko, AA 2015, *Ocherki istorii rossiyskoy reklamy* (Essays on the history of Russian advertising). Aleteya publ, St. Petersburg. (In Russ.)
5. *Kazanskiy Telegraf*, 1904, 31 December, p. 4. (In Russ.)
6. *Kazanskiy Telegraf*, 1904-1905. (In Russ.)
7. *Kazanskiy Telegraf*, 1905, 20 March, p. 1. (In Russ.)
8. *Kazanskiy Telegraf*, 1905, 24 March, p. 1. (In Russ.)
9. *Kazanskiy Telegraf*, 1905, 24 March, p. 4. (In Russ.)
10. *Kazanskiy Telegraf*, 1905, 25 March, p. 1. (In Russ.)
11. *Kazanskiy Telegraf*, 1905, 28 May, p. 1. (In Russ.)
12. *Kazanskiy Telegraf*, 1905, 30 April, p. 6. (In Russ.)
13. *Kazanskiy Telegraf*, 1905, 4 January, p. 1. (In Russ.)
14. *Kazanskiy Telegraf*, 1905, 4 January, p. 4. (In Russ.)
15. Karimova, AE 2018, 'Krayevedcheskiy potentsial pechatnoy reklamy' (Local history potential of print advertising), *Problemy krayevedcheskoy deyatel'nosti bibliotek*, 9-12 October 2018, Вологда, Rossiyskaya natsionalnaya biblioteka publ, St. Petersburg, pp. 190–196. (In Russ.)
16. Mironova, AA 2009, *Reklama v spravochnykh izdaniyakh XIX – nachala XX vv.: istoriko-lingvisticheskiy aspekt* (Advertising in reference publications of the 19th – early 20th centuries: historical and linguistic aspect). Poligraf-Master publ, Chelyabinsk. (In Russ.)
17. Pavlovskaya, OE 2020, 'Evolyutsiya reklamnogo sloganov v Rossii' (The evolution of the advertising slogan in Russia), *Yazyk kak zerkalo kultury*, Izdatel'stvo Kubanskogo GAU im. I.T. Trubilina publ, Krasnodar, pp. 6–12. (In Russ.)

18. Savelyeva, OO & Trubnikova, NV 2022, *Vseobshchaya istoriya reklamy* (General history of advertising). Dashkov i K publ, Moscow. (In Russ.)
19. Tarasova, KP 2018, 'Razvitiye pechatnoy reklamy kak rechevogo zhanra na materiale rossiyskikh gazet XVIII – XX vv.' (The development of print advertising as a speech genre based on Russian newspapers of the 18th - 20th centuries), *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta* (Bulletin of Kemerovo State University), no 2, pp. 225–230. (In Russ.)
20. Yakutina, YeN 2017, 'Reklama kak istoricheskiy istochnik' (Advertising as a historical source), *Ekonomicheskiye i sotsialno-gumanitarnyye issledovaniya* (Economical and social-humanitarian research), no 4 (16), pp. 29–36. (In Russ.)

Статья поступила в редакцию: 19.12.2022
Одобрена после рецензирования: 23.12.2022
Принята к публикации: 27.12.2022

The article was submitted: 19.12.2022
Approved after reviewing: 23.12.2022
Accepted for publication: 27.12.2022

Научная статья

УДК 930.2

<https://doi.org/10.22405/2712-8407-2022-4-23-31>

ИСТОЧНИКОВАЯ БАЗА ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОВИНЦИАЛЬНОГО КУПЕЧЕСТВА ПЕРВОЙ ПОЛОВИНЫ XIX В.: РЕСУРСЫ РЕГИОНАЛЬНЫХ АРХИВОВ (ПО МАТЕРИАЛАМ ГОСУДАРСТВЕННОГО АРХИВА ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ)¹

**Марина Константиновна
Акользина**

Тамбовский государственный университет

имени Г. Р. Державина,

Тамбов, Россия, akolmarina@yandex.ru

<https://orcid.org/0000-0002-8684-9405>

Аннотация. В настоящее время значительно усилился интерес к социально-экономической истории России, одним из перспективных направлений которой является изучение торгово-промышленной активности купечества провинциальных городов. Это объясняется, прежде всего, тем, что в первой половине XIX в. в уездных городах шло формирование новых, предпринимательских слоев населения, которые активно участвовали в экономической деятельности.

Представляется актуальным исследование возможностей региональных архивов для изучения истории провинциальной политической и экономической элиты, представителей конкретных семей торгово-предпринимательских слоев городского населения на микроуровне. Не только социально-экономические отношения в торгово-предпринимательской среде, но и корпоративно-родственные связи, включенность во властные структуры города, поддержка местной администрации и бывших помещиков определяли экономическое положение семьи, ее место в хозяйственной жизни города и региона. Немаловажным для изучения предпринимательской деятельности провинциального купечества первой половины XIX в. является изучение материального положения, доходности горожан.

В статье рассмотрен обширный комплекс источников по теме, представленный в региональном архиве – Государственном архиве Тамбовской области: печатные (законодательные акты, справочные материалы и издания, известия Тамбовской ученой архивной комиссии, научного исторического и краеведческого общества, материалы периодической печати) и архивные источники (материалы церковного учета, документы административного учета, документы статистического учета, документы фискального учета, делопроизводственные документы государственных учреждений и органов городского самоуправления, судебные материалы, личные фонды). Актуальность настоящего исследования обуславливается необходимостью восполнения источниковедческого пробела в изучении российского варианта экономической торгово-промышленной деятельности купечества в дореформенный период. Научная новизна работы связана с анализом источниковых ресурсов регионального архива, которые могут использоваться исследователями предпринимательской деятельности купечества, а также определяется микроисторическим подходом к комплексному изучению темы.

Ключевые слова: Тамбовская губерния, первая половина XIX в., Государственный архив Тамбовской области, архивные источники, купечество, предпринимательство, промышленность, торговля.

Для цитирования: Акользина М. К. Источниковая база для изучения предпринимательской деятельности провинциального купечества первой половины XIX в.: ресурсы региональных архивов (по материалам Государственного архива Тамбовской области) // Тульский научный вестник. Серия История. Языкознание. 2022. Вып. 4 (12). С. 23–31. <https://doi.org/10.22405/2712-8407-2022-4-23-31>.

Сведения об авторе: М. К. Акользина – доцент, кандидат исторических наук, доцент кафедры истории и философии, Тамбовский государственный университет имени Г. Р. Державина, 392036, Россия, Тамбовская область, г. Тамбов, ул. Интернациональная, 33.

Scientific Article

UDC 930.2

<https://doi.org/10.22405/2712-8407-2022-4-23-31>

SOURCE BASE FOR THE STUDY OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY OF PROVINCIAL MERCHANTS IN THE FIRST HALF OF THE 19TH CENTURY: RESOURCES OF REGIONAL ARCHIVES (BY THE STATE ARCHIVE OF TAMBOV OBLAST)¹

Marina K. Akolzina

Derzhavin Tambov State University,
Tambov, Russia, akolmarina@yandex.ru
<https://orcid.org/0000-0002-8684-9405>

Abstract. At present, the interest in the socio-economic history of Russia has significantly increased, in particular, the study of commercial and industrial activity of merchants in provincial towns is one of the promising areas. First of all, the reason for this is that in the first half of the 19th century new, entrepreneurial strata of the population were forming in the district towns and actively participating in economic activities.

It seems relevant to study the possibilities of regional archives for studying the history of the regional political and economic elite, representatives of specific families of the commercial and entrepreneurial strata of the urban population at the micro level. Not only socio-economic relations in the commercial and business environment, but also corporate and family ties, involvement in the power structures of the city, support of the local administration and former landlords determined the economic situation of the family, its place in the economic life of the city and the region. Important for the research of the entrepreneurial activity of the provincial merchants in the first half of the 19th century is the study of the financial situation, profitability of citizens.

The article considers an extensive set of sources on the topic presented in the regional archive – the State Archive of Tambov Oblast: printed (legislative acts, reference materials and publications, proceedings of the Tambov Scientific Archival Commission, Scientific historical and local history society, materials of the periodical press) and archival sources (materials of church records, administrative records, statistical records, fiscal records, clerical documents of state institutions and city self-government bodies, judicial and investigative materials, personal funds). The relevance of the study is determined by the need to fill the source gap in the study of the Russian version of the economic commercial and industrial activity of merchants in the pre-reform period. The scientific novelty of the work is connected with the analysis of the source resources of the regional archive, which can be used by researchers of the entrepreneurial activity of merchants, it is also determined by the micro-historical approach to the complex study of the topic.

Keywords: Tambov province, first half of the 19th century, State Archive of Tambov Oblast, archival sources, merchants, entrepreneurship, industry, trade.

For citation: Akolzina, MK 2022, 'Source base for the study of entrepreneurial activity of provincial merchants in the first half of the 19th century: Resources of regional archives (by the State Archive of Tambov Oblast)', *Tula Scientific Bulletin. History. Linguistics*, issue 4 (12), pp. 23–31, <http://doi.org/10.22405/2712-8407-2022-4-23-31> (in Russ.)

Information about the Author: *Marina K. Akolzina* – Associate Professor, PhD in History, Associate Professor of the Chair of History and Philosophy, Derzhavin Tambov State University, 33 Internatsionalnaya Street, Tambov, 392036, Russia.

С точки зрения современных исследователей, история предпринимательской деятельности провинциального купечества первой половины XIX в. скупо представлена в источниках. Но это не так. Фонды региональных архивов, в частности, Тамбовского областного государственного бюджетного учреждения «Государственный архив Тамбовской области» (ТОГБУ «ГАТО»)² располагают обширной источниковой базой для изучения этой темы, представленной как печатными, так и первичными материалами.

К первой группе (печатные источники) относятся, прежде всего, **законодательные акты**, находящиеся в научно-справочной библиотеке Государственного архива Тамбовской области, а также в Фондах местных органов государственной власти и государственного управления. Например, в «Деле с циркулярными предписаниями за 1820 год» сохранилось предписание «об отделении в составе МВД предметов к коммерческой части относящихся, градские думы, магистраты и ратуши доставляли в означенное министерство по приложенной при том форме списки о купцах по всем трем гильдиям. Собираение таковых сведений о купечестве...возложено на департамент мануфактур и внутренней торговли» [13].

Справочные материалы и издания широко представлены в ГАТО. К ним относятся памятные книги, адрес-календари, сборники статистических сведений и др. В них содержатся материалы об известных представителях купеческого сословия, благотворителях. Наиболее ценными источниками являются погодные «Памятные книжки» и «Адрес-календари», в которых представлены поименно купцы – владельцы промышленных предприятий в уездных городах Тамбовской губернии [3; 8-10; 12; 29].

Известия Тамбовской ученой архивной комиссии, научного исторического и краеведческого общества также сохранили интересующие нас сведения о количестве заводов и фабрик, выданных торговых свидетельствах [2; 4; 30].

Материалы периодической печати. Для нашей темы представляют интерес статьи в газете «Тамбовские губернские ведомости» (с 1838 г.) о предпринимательской деятельности купечества, а также материалы центральных изданий, например, «Подробная характеристика торговли Моршанска» и «О благотворительной деятельности моршанского фабриканта Платицына» [5–7; 11].

Вторая группа (архивные источники) представлена широким кругом подлинников первичных документов.

Документы административного учета. Это, прежде всего, ревизские сказки. Первичные материалы ревизий позволяют оценить не только демографические показатели у представителей купеческого сословия, но и причины и направления миграции отдельных людей и семей (в том числе по экономическим причинам, позволяют отследить торгово-предпринимательскую мобильность, возраст мигрантов). К сожалению, «Городовые обывательские книги» («Городовые книги») Тамбовской губернии частично сохранились только по Липецку и Козлову.

Документы статистического учета хранятся в нескольких фондах Государственного архива Тамбовской области. Это Фонд 2 «Тамбовское наместническое правление, Тамбовское губернское правление», в котором сохранились ведомости о заводах (в т.ч. принадлежавших купцам), материалы утверждения городских росписей и разассигнования кредитов, сведения о речном судоходстве. В Фонде 4 «Тамбовский наместник. Канцелярия Тамбовского губернатора» отложились отчеты губернаторов о состоянии губернии, обзоры состояния экономики губернии, статистические отчеты учреждений и сведения о регистрации промышленных предприятий, сведения о количестве купцов в губернии и размерах их капиталов, о количестве фабрик, заводов, развитии речного судоходства, переписка о строительстве и благо-

устройстве городов, в котором принимали участие и представители торгово-предпринимательских слоев населения. В этом фонде сохранились сведения о предпринимательской деятельности купцов Алексеевых, Агарковых, С. Андреева, И. Афремова, М. А. Гнусова, Е. Тюлюкина и др.

Статистические отчеты городских учреждений составлялись ежегодно. В них содержатся сведения о состоянии промышленности. Наиболее информативными представляются «Ведомости о количестве фабрик и заводов в Тамбовской губернии» за разные годы, содержащие сведения о десятках купцов-промышленников, с подробным описанием принадлежавших им перерабатывающих предприятий (время основания, владельцы, помещение, произведенная продукция, её реализация, количество наемных рабочих) [1].

Информацию о предпринимательской деятельности купечества можно найти в фонде 63 «Тамбовский губернский статистический комитет». Это статистические ведомости о количестве фабрик, заводов, мельниц в губернии.

Отличаются высокой информативностью «Ведомости о занятиях купечества» (Ведомости о занятиях). Но, к сожалению, сохранилось лишь по одному экземпляру таких ведомостей по отдельным городам).

Документы фискального учета. К ним относятся, например, «Ведомости о состоящих в уездных городах купцах». К сожалению, этих документов мало, больше всего по городу Липецку (имеются «Ведомости» за 10 – 20 лет). По остальным городам «Ведомости» либо вообще не сохранились, либо встречаются фрагментарно – за 1 – 2 года. «Книги записи процентных сборов с купцов» практически не сохранились, по тому же городу Липецку всего 3 – 5 документов. «Списки купцов» или не сохранились, или отсутствуют, либо встречаются фрагментарно – за 1 – 2 года.

Сведения об экономической деятельности купцов сохранились в материалах фонда 12 «Тамбовская казенная палата», фонда 20 «Тамбовская удельная экспедиция. Тамбовская удельная контора» и фонда 15 «Тамбовская палата государственных имуществ. Управление земледелия и государственных имуществ Тамбовской губернии». Для нашего исследования представляют интерес содержащиеся в этих фондах ведомости о казенных землях, отданных в оброк купцам, дела об отдаче в оброчное содержание и состоянии казенных мельниц и др., дела о взыскании пошлин с речных судов, питейных сборов, журналы проверки, списки, книги регистрации, характеристики торговых и промышленных предприятий и их владельцев, ведомости о количестве фабрик и заводов в уездах, состоянии суконных фабрик, числе выданных промысловых свидетельств, сумме собранного промыслового налога. Например, в «Донесении Темниковского и Елатомского судов о выдаче билетов разным лицам на сплав, рубку и скупку леса за 1842 – 1844 гг.» содержатся сведения о купцах «кому именно на сплав леса из помещичьих дач вырубленный». Ценная информация содержится в архивном документе «Сообщения владельцев судов и лодок об уплате ими пошлин за пользование лодками, судами и баржами и о выдаче им квитанций» за 1804-1811 гг. (поименный список 121 судовладельца с указанием сословия, количества принадлежащих им судов, количества грузов, размер пошлины) [16]. Подобные материалы мы нашли в «Ведомости водных перевозок грузов из г. Моршанска за 1826 год» (сведения о принадлежности клади, с указанием её состава, пункт назначения грузов). В этом документе содержатся сведения о 583 грузоотправителях [14].

Много дел «Об отдаче казенных мельниц в оброчное содержание» купцам, «Об отдачах казенных земель и мельниц в оброк и о взыскании оброчных недоимок» [19]. В них содержатся подробные описания арендованных купцами казенных перерабатывающих сельскохозяйственную продукцию предприятий и заключенных контрактов, свидетельствующие о масштабах предпринимательской деятельности. Например, «У

моршанского купца Конона Антонова Давыдова мукомольная мельница... о трех мукомольных поставках с толчеею о пяти пестах и сукновальней о пяти ступах» [17]. «Моршанский купец Сливин Самсон Евсеев имел в своем содержании две мукомольные удельного ведомства мельницы...» [20].

В этом фонде сосредоточены материалы о занятии купцами товарным сельским хозяйством на арендованных у помещиков или в казенном ведомстве землях, а также на собственных участках земли в разных губерниях.

Особенный интерес для изучения заявленной темы представляют примеры купеческой бухгалтерии: «книга для копий с отходящих писем, записка для всех ежедневных дел, касса, журнал, фактурная и главная книги и др.» [21].

Сохранились такие дела, как «Списки лицам, участвующим в поставке провианта и овса с Моршанских пристаней» [15].

В фондах уездных казначейств (Ф. 35. Моршанское уездное казначейство. Ф. 760. Кирсановское уездное казначейство) содержатся окладные листы, окладные книги сборов с торговых и промышленных предприятий.

Описная книга оброчным статьям, казне принадлежащим, Окладные книги о доходах удельных крестьян за 1834 и 1835 гг., Тамбовская книга указов Департамента уделов за 1807, 1808 и 1816 гг. содержат сведения о предпринимательской деятельности купцов и наличии у них промышленных заведений в уездах [18].

Делопроизводственные документы государственных учреждений и органов городского самоуправления представлены в Государственном архиве Тамбовской области широко. Это обывательские книги; маклерские книги, содержащие сведения о контрактах, торговых сделках, о заемных операциях и протестах по векселям; протоколы городских магистратов; книги явочных прошений, содержащие сведения о выдаче и потере паспортов, о взысканиях по векселям; книги на записку контрактов, в которых имеются контракты того же типа, что и в маклерских книгах; описные книги оброчным статьям уезда, казне принадлежащим; книга указов Департамента уделов содержит сведения о наличии имущества жителей (оброчные мельницы у купцов), сведения о введении наследников в наследство. Данные о владельцах промышленных предприятий и судов сохранились в ведомостях водных перевозок грузов, ведомостях о количестве и работе фабрик и заводов в Тамбовской губернии.

В фондах Тамбовской, Козловской и Моршанской городских дум (Ф. 16, 157, 899 соответственно), которые осуществляли и финансово-налоговые функции, находятся ведомости о составе городских жителей и их занятиях, обывательские книги, списки домохозяев, купцов, мещан, сведения о количестве купцов и их доходах, дела о семейных разделах. Можно найти интересующие нас сведения о торгово-предпринимательской деятельности в документах о причислении, переводе из одного сословия в другое, о присвоении звания «Почетный гражданин города», дела о выдаче удостоверений потомственным почетным гражданам.

Материалы об отводе земли заводам и фабрикам под строительство зданий в городах, сведения о количестве фабрик и заводов в городах губернии сконцентрированы в архивном фонде 29 «Тамбовская губернская чертежная. Межевое отделение губернского правления».

Особого внимания заслуживают материалы фонда 105 «Дирекция народных училищ Тамбовской губернии», где хранятся данные об общесословных учебных заведениях, в которых учились выходцы и из купеческих семей. При поступлении в учебное заведение заводилось личное дело учащегося, которое (с 1870-х годов) включало в себя ряд документов. В документах этого фонда отложились материалы о купцах, внесших вклад в развитие учебных заведений региона, содержатся поименные списки учащихся – купеческих детей.

Совершенно уникальными источниками для изучения торгово-предпринимательской деятельности купечества являются **судебно-следственные материалы**, зафиксировавшие сведения о предпринимательской деятельности, об имуществе и доходах отдельных представителей купеческого сословия: «Книга с продажи домов Тамбовской палаты гражданского суда» (сведения о сделке по продаже каменных хлебных лавок на торговой площади), «Книги протоколов Тамбовского гражданского суда», содержащие различные иски, «Книга на записку протоколов уездного суда» и другие документы [22]. Так, в «Деле о взыскании с моршанского купца Евсея Димитриевича Болдырева убытка в пользу малолетних детей Медведевых» мы нашли сведения о хозяйственной деятельности опекуна (аренда 200 десятин земли) [23]. «Дело о выдаче свидетельства на лавку моршанского купца Степана Житкова и братьев его» сохранило не только описание весьма внушительного торгового заведения с каменным подвалом и кладовой, но и данные о торгово-предпринимательской деятельности конкретной купеческой семьи [24]. В «Деле о выдаче свидетельства моршанскому 1-й гильдии купцу Яссону Макарову Синеву» подробно описаны поставки овса и муки по контрактам, заключенным этим купцом с Санкт-Петербургским интендантским управлением [25].

В делах фонда 1041 «Тамбовский губернский магистрат» представлены дела о зачислении в купечество и исключении из этого сословия, о взыскании долгов и штрафов с купцов, наложении запретов на имущество должников по векселям, продаже имущества за долги, назначении опекунов над имуществом умерших купцов, а также книги записи векселей, договоров, сделок, регистрируемых у маклеров.

В материалах Городовых магистратов (Ф. 139. Тамбовский городской магистрат. Ф. 140. Козловский городской магистрат. Ф. 141. Кирсановский городской магистрат. Ф. 142. Моршанский городской магистрат) сохранились книги регистрации векселей, договоров, контрактов, писем, прошений, доверенностей; маклерские, паспортные, протестные книги; документы о вводе во владение имуществом, дела о взыскании долгов с предпринимателей, разделе наследства, договоры о коммерческой деятельности. В них мы нашли сведения о занятиях купцов, доходности их торгово-предпринимательской деятельности и др. Так, в «Маклерской книге на 1812 год» зафиксирован контракт купца 2-й гильдии Карпа Смесо́ва с помещицей г. Томилиной на аренду двух мельниц [27]. О том, что у этого же купца в собственности находились лесные дачи, мы узнали из «Книги на записку протоколов Моршанского уездного суда на 1831 год» [26]. В 1830 г. моршанский купец Гаврила Герасимов Васильев с товарищами заключили договор с ряжским помещиком Федором Андреевым Сухаревым на куплю лесной рощи... для вырубki на 10-летнее содержание за 8000 руб. и 1000 руб. задатка. По контракту им было разрешено построить поташный завод [30]. Часто встречаются иски о востребовании долга с купцов. Интересны сведения об объединении купцов для ведения совместной деятельности.

Рассматривал тяжбы родственников в спорах имущественного характера и Тамбовский совестный суд (фонд 74).

Сохранились доносы на купцов в Духовную консисторию (фонд 181), в которых подробно описана и экономическая деятельность обвиняемых.

Личные фонды. Фондообразователями могут быть купцы-предприниматели или купеческие семьи, в других случаях – потомки купцов (из числа врачей, юристов, писателей, священников, общественных деятелей).

Проведя источниковедческий анализ материалов для изучения предпринимательской деятельности провинциального купечества первой половины XIX в., отложившихся в Государственном архиве Тамбовской области, мы можем отметить, что содержащаяся в них информация отличается высокой достоверностью и может ис-

пользоваться исследователями. Сложность работы с документами регионального архива заключается в том, что они рассредоточены по многочисленным фондам, и процесс их изучения требует внимания, кропотливости, анализа и скрупулезного сопоставления данных источников.

Примечания

1. Статья подготовлена по итогам работы научного семинара «История предпринимательства в регионах России: теоретико-методологические подходы к исследованию» в рамках деятельности Центра исследований истории предпринимательства регионов России (Институт российской истории РАН, Елабужский институт (филиал) КФУ).
2. В статье использованы материалы издания «Государственный архив Тамбовской области. Путеводитель». Тамбов, 2006 // <https://tambovarchiv.ru/>

Список источников и литературы

1. Ведомость о количестве фабрик и заводов в Тамбовской губернии за 1830 год // Тамбовское областное государственное бюджетное учреждение «Государственный архив Тамбовской области» (ТОГБУ ГАТО). Ф. 4. Оп. 1. Д. 728. О. ц. Л. 1–229.
2. Приложение 4. О числе заводов, фабрик, пильных и мукомольных мельниц в Тамбовской губернии за 1788 г. : [ведомость] // Известия Тамбовской ученой архивной комиссии. 1888. Вып. 19. С. 27. URL: <https://elibrary.tambovlib.ru/?ebook=1725#n=33> (дата обращения: 02.12.2022).
3. Географически-статистические заметки по Тамбовской губернии / сост. Ф. А. З. [Ф. А. Зейдлиц]. СПб., 1870. 48 с.
4. Из ответа Тамбовской казенной палаты на запрос Правительствующего Сената о казенных мельницах // Известия Тамбовской ученой архивной комиссии. 1895. Вып. 40. С. 52.
5. О благотворительной деятельности моршанского фабриканта Платицына // Санкт-Петербургские ведомости. 1859. № 37.
6. Об учреждении общества судоходства по р. Цне // Земледельческая газета. 1834. № 2.
7. О торге хлебом во внутренних губерниях России // Отечественные записки : учено-литературный журнал. 1840. Т. VIII. Отд. IV. С. 1–20.
8. Памятная книжка Тамбовской губернии на 1861 год. Тамбов, 1861.
9. Памятная книжка Тамбовской губернии на 1863 год. Тамбов, 1863.
10. Памятная книжка Тамбовской губернии на 1864 год. Тамбов, 1864.
11. Подробная характеристика торговли Моршанска // Санкт-Петербургские ведомости. 1838. 22 нояб. (№ 265).
12. Сборник статистических сведений по Тамбовской губернии: Отдел хоз. статистики. Т. 12: Тамбовский уезд. Тамбов, 1886. 617 с.
13. ТОГБУ ГАТО. Ф. 4. Оп. 1. Д. 458.
14. ТОГБУ ГАТО. Ф. 4. Оп. 1. Д. 681.
15. ТОГБУ ГАТО. Ф. 4. Оп. 1. Д. 1024.
16. ТОГБУ ГАТО. Ф. 12. Оп. 1. Д. 289.
17. ТОГБУ ГАТО. Ф. 12. Оп. 1. Д. 1048.
18. ТОГБУ ГАТО. Ф. 12. Оп. 1. Д. 1048. Л. 1–260 ; Ф. 20. Д. 20. Л. 1–636 ; Д. 22. Л. 1–496 ; Д. 42. Л. 1–286 ; Д. 94. Л. 1–175 ; Д. 100. Л. 1–167 [и др.].
19. ТОГБУ ГАТО. Ф. 12. Оп. 1. Д. 1144, 1570, 1613 [и др.].
20. ТОГБУ ГАТО. Ф. 20. Оп. 1. Д. 74. Л. 222 ; Д. 94. Л. 41 [и др.].
21. ТОГБУ ГАТО. Ф. 20. Оп. 1. Д. 75. Л. 346–430.
22. ТОГБУ ГАТО. Ф. 67 (Тамбовская палата гражданского суда).
23. ТОГБУ ГАТО. Ф. 67. Оп. 1. Д. 628.
24. ТОГБУ ГАТО. Ф. 67. Оп. 1. Д. 678.
25. ТОГБУ ГАТО. Ф. 67. Оп. 1. Д. 699.
26. ТОГБУ ГАТО. Ф. 81. Оп. 1. Д. 5.
27. ТОГБУ ГАТО. Ф. 142. Оп. 1. Д. 15.

28. ТОГБУ ГАТО. Ф. 142. Оп. 1. Д. 30. Л. 31–32 об.
29. Биографический словарь замечательных деятелей и уроженцев Тамбовской губернии / сост. И. Токмаков // Известия Тамбовской ученой архивной комиссии. 1896. Вып. 41.
30. Щеголев А. А. Список замечательных лиц и писателей, родившихся в Тамбовской губернии // Известия Тамбовской ученой архивной комиссии. 1909. Вып. 3. С. 25–33. URL: <https://elibrary.tambovlib.ru/?ebook=106#n=24> (дата обращения: 02.12.2022).

References

1. Vedomost o kolichestve fabrik i zavodov v Tambovskoy gubernii za 1830 god (Statement of the number of factories and plants in Tambov province for the year 1830). *Tambovskoye oblastnoye gosudarstvennoye byudzhethnoye uchrezhdeniye «Gosudarstvennyy arkhiv Tambovskoy oblasti» (GATO)*. Fund 4. Inventory 1. File 728. e.v. Sheets 1–229. (In Russ.)
2. 'Prilozheniye 4. O chisle zavodov, fabrik, pilnykh i mukomolnykh melnits v Tambovskoy gubernii za 1788 g.' (Appendix 4. Statement on the number of plants, factories, sawmills and flour mills in the Tambov province for the year 1788), 1888, *Izvestiya Tambovskoy uchenoy arkhivnoy komissii*, no. 19, p. 27, viewed 2 December 2022, <https://elibrary.tambovlib.ru/?ebook=1725#n=33> (In Russ.)
3. *Geograficheski-statisticheskkiye zametki po Tambovskoy gubernii* (Geographical and statistical notes on the Tambov province), 1870, Compiled by F.A. Zeydlits, St. Petersburg. (In Russ.)
4. 'Iz otveta Tambovskoy kazennoy palaty na zapros Pravitelstvuyushchego Senata o kazennykh melnitsakh' (From the response of the Tambov Treasury Chamber to the request of the Governing Senate on state mills), 1895, *Izvestiya Tambovskoy uchenoy arkhivnoy komissii*, no. 40. (In Russ.)
5. 'O blagotvoritelnoy deyatelnosti morshanskogo fabrikanta Platitsyna' (The charitable activities of Platitsyn, the Morshansky manufacturer), 1859, *Sankt-Peterburgskkiye vedomosti*, no. 37. (In Russ.)
6. 'Ob uchrezhdenii obshchestva sudokhodstva po r. Tsne' (Establishment of a society for the navigation on the Tsna river), 1834, *Zemledelcheskaya gazeta*, no. 2. (In Russ.)
7. 'O torge khlebom vo vnutrennikh guberniyakh Rossii' (About the sale of bread in the inner provinces of Russia), 1840, *Otechestvennyye zapiski* (Annals of the Fatherland), vol. 8, pp. 1–20. (In Russ.)
8. *Pamyatnaya knizhka Tambovskoy gubernii na 1861 god* (The memorandum book of the Tambov province for 1861), 1861, Tambov. (In Russ.)
9. *Pamyatnaya knizhka Tambovskoy gubernii na 1863 god* (The memorandum book of the Tambov province for 1863), 1863, Tambov. (In Russ.)
10. *Pamyatnaya knizhka Tambovskoy gubernii na 1864 god* (The memorandum book of the Tambov province for 1864), 1864, Tambov. (In Russ.)
11. *Podrobnaya kharakteristika torgovli Morshanska* (Detailed characteristics of Morshansk trade), 1838, *Sankt-Peterburgskkiye vedomosti*. November 22, no. 265. (In Russ.)
12. Sbornik statisticheskikh svedeniy po Tambovskoy gubernii: Otdel khoz. statistiki. (Collection of statistical data on the Tambov province: Department of households. statistics), 1884, Vol. 12. Tambov province, Tambov. (In Russ.)
13. *Tambov Regional State Budgetary Institution "State Archive of Tambov Oblast" (TRSBI SATO)*. Fund 4. Inventory 1. File 458. (In Russ.)
14. *TRSBI SATO*. Fund 4. Inventory 1. File 681. (In Russ.)
15. *TRSBI SATO*. Fund 4. Inventory 1. File 1024. (In Russ.)
16. *TRSBI SATO*. Fund 12. Inventory 1. File 289. (In Russ.)
17. *TRSBI SATO*. Fund 12. Inventory 1. File 1048. (In Russ.)
18. *TRSBI SATO*, Fund 12. Inventory 1. File 1048. Sheets 1–260; Fund 20. Inventory 1. File 20. Sheets 1–636; File 22. Sheets 1–496; File 42. Sheets 1–286; File 94. Sheets 1–175; File 100. Sheets 1–167, etc. (In Russ.)
19. *TRSBI SATO*. Fund 12. Inventory 1. File 1144, 1570, 1613, etc. (In Russ.)
20. *TRSBI SATO*. Fund 20. Inventory 1. File 74. Sheet 222; File 94. Sheet 41, etc. (In Russ.)
21. *TRSBI SATO*. Fund 20. Inventory 1. File 75. Sheets 346–430. (In Russ.)

22. *TRSBI SATO*. Fund 67. Tambov Chamber of the Civil Court. (In Russ.)
23. *TRSBI SATO*. Fund 67. Inventory 1. File 628. (In Russ.)
24. *TRSBI SATO*. Fund 67. Inventory 1. File 678. (In Russ.)
25. *TRSBI SATO*. Fund 67. Inventory 1. File 699. (In Russ.)
26. *TRSBI SATO*. Fund 81. Inventory 1. File 5. (In Russ.)
27. *TRSBI SATO*. Fund 142. Inventory 1. File 15. (In Russ.)
28. *TRSBI SATO*. Fund 142. Inventory 1. File 30. Sheets 31-32 (In Russ.)
29. Tokmakov, I 1896, 'Biograficheskiy slovar zamechatelnykh deyateley i urozhentsev Tambovskoy gubernii' (Biographical dictionary of remarkable figures and natives of the Tambov province), *Izvestiya Tambovskoy uchenoy arkhivnoy komissii*, no. 41. (In Russ.)
30. Shchegolev, AA 1909, 'Spisok zamechatel'nykh lits i pisateley, rodivshikhsya v Tambovskoy gubernii' (List of remarkable persons and writers born in the Tambov province), *Izvestiya Tambovskoy uchenoy arkhivnoy komissii*, no. 3, Part 4, Tambov. (In Russ.)

Статья поступила в редакцию: 13.12.2022
Одобрена после рецензирования: 23.12.2022
Принята к публикации: 27.12.2022

The article was submitted: 13.12.2022
Approved after reviewing: 23.12.2022
Accepted for publication: 27.12.2022

Тульский научный вестник. Серия История. Языкознание. 2022. Вып. 4 (12). С. 32–45.
Tula Scientific Bulletin. History. Linguistics. 2022. Issue 4 (12). P. 32–45.

Научная статья

УДК 327.5: 93/94 (410+470+581)

<https://doi.org/10.22405/2712-8407-2022-4-32-45>

ПУБЛИКАЦИЯ ПЛАНА ПОХОДА В ИНДИЮ А. Н. КУРОПАТКИНА КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ВОЕННЫХ РЕФОРМ ЛОРДА КИТЧЕНЕРА В НАЧАЛЕ XX ВЕКА

**Александр Борисович
Арбеков**

Тульский государственный музей оружия,
Тула, Россия,
arbakoff-alex@ya.ru

Аннотация. В настоящей статье рассматривается эпизод информационного противостояния Великобритании и России на фоне Русско-японской войны 1904 – 1905 годов, во время которой в британской прессе был опубликован секретный план похода в Индию генерала Алексея Николаевича Куропаткина. Издание данного документа получило широкий общественный резонанс.

Основой для настоящего исследования послужил широкий спектр исторических источников, а именно: 1) материалы британской периодики за июль 1904 года как центральных издательств, так и провинциальных; 2) делопроизводственные документы Военно-статистического отдела Управления второго генерал-квартирмейстера российского Главного штаба, который занимался курированием деятельности российских военных агентов за рубежом, из фондов Российского государственного военно-исторического архива (РГВИА); 3) отчеты и аналитические записки Военного министерства и Генерального штаба Великобритании, вице-короля Индии Джорджа Натаниэля Кёрзона из оцифрованных фондов Национальных архивов Великобритании (The National Archives, Kew), Британской библиотеки (British Library) и Национального архива Индии (National Archive of India).

В ходе настоящего исследования была изучена военно-политическая обстановка, сложившаяся накануне и во время Русско-японской войны 1904 – 1905 годов, при которой состоялась провокационная публикация плана похода в Индию генерала А. Н. Куропаткина на страницах британской периодики. В результате была установлена прямая взаимосвязь между данной публикацией и планируемыми масштабными военными преобразованиями в Индии. Это позволяет сделать обоснованное предположение о том, что тиражирование плана похода в Индию преследовало конкретные военно-политические цели и послужило инструментом продвижения военных реформ лорда Китченера.

Ключевые слова: Большая игра, Российская империя, Британская империя, военная разведка, военно-стратегическое планирование, Русско-японская война, Главный штаб, военные игры, информационная война.

Для цитирования: Арбеков А. Б. Публикация плана похода в Индию А. Н. Куропаткина как инструмент продвижения военных реформ лорда Китченера в начале XX века // Тульский научный вестник. Серия История. Языкознание. 2022. Вып. 4 (12). С. 32–45. <https://doi.org/10.22405/2712-8407-2022-4-32-45>

Сведения об авторе: А. Б. Арбеков – кандидат исторических наук, научный сотрудник, Тульский государственный музей оружия, 300002, Россия, Тульская область, г. Тула, ул. Октябрьская, 2.

Scientific Article
UDC 327.5: 93/94 (410+470+581)
<https://doi.org/10.22405/2712-8407-2022-4-32-45>

PUBLICATION OF THE PLAN OF INVASION IN INDIA BY A. N. KUROPATKIN AS A TOOL FOR PROMOTING LORD KITCHENER'S MILITARY REFORMS AT THE BEGINNING OF THE XX CENTURY

Alexander B. Arbekov

Tula State Arms Museum,
Tula, Russia,
arbekoff-alex@ya.ru

Abstract. This article discusses the episode of the information warfare between Great Britain and Russia against the background of the Russo-Japanese War of 1904 – 1905, during which the British press published the secret plan of invasion in India by General Alexei Nikolaevich Kuropatkin. The publication of this document received a wide public response.

The basis for this study was a wide range of historical sources: 1) materials from British periodicals for July 1904, both central and provincial publishers; 2) records of the Military Statistical Department of the Office of the Second Quartermaster General of the Russian General Staff, which supervised the activities of Russian military agents abroad, from the funds of the Russian State Archive of Military History (RGVIA); 3) reports and analytical notes of the War Office and the General Staff of Great Britain, Viceroy of India George Nathaniel Curzon from the digitized collections of the National Archives of Great Britain (The National Archives, Kew), the British Library (British Library) and the National Archives of India (National Archive of India).

In the course of this study, the military-political situation that developed on the eve and during the Russo-Japanese War of 1904 – 1905 was studied, during which the provocative publication of the plan of invasion in India by General A. N. Kuropatkin on the pages of British periodicals. As a result, a direct relationship was established between this publication and the planned large-scale military reforms in India. This allows us to make a reasonable assumption that the reproduction of the plan of invasion in India pursued specific military-political goals and served as a powerful tool for promoting Lord Kitchener's military reforms.

Keywords: The Great Game, Russian Empire, British Empire, military intelligence, military-strategic planning, the Russo-Japanese War, General Staff, war games, information warfare.

For citation: Arbekov, AB 2022, 'Publication of the plan of invasion in India by A.N. Kuropatkin as a tool for promoting Lord Kitchener's military reforms at the beginning of the XX century', *Tula Scientific Bulletin. History. Linguistics*, issue 4 (12), pp. 32–45, <http://doi.org/10.22405/2712-8407-2022-4-32-45> (in Russ.)

Information about the Author: *Alexander B. Arbekov* – PhD in History, Researcher, Tula State Arms Museum, 2 st. Oktyabrskaya, Tula, 300002, Russia.

Введение

К XXI в. информационная война стала одним из ключевых компонентов внутренней и внешней политики всех крупных государств, без которого трудно сегодня представить освещение различных международных событий. Применение средств массовых коммуникаций позволяет правительству каждой страны мобилизовывать общественное мнение с целью реализации конкретных программ, например, в области военного строительства или для дискредитации действий своего внешнеполитического оппонента.

Яркой иллюстрацией подобного информационного противостояния следует считать публикацию плана похода в Индию генерала Алексея Николаевича Куропаткина во время Русско-японской войны 1904 – 1905 гг. на страницах британской газеты «Дэйли Экспресс» (Daily Express). Как известно, указанные темпоральные рамки характеризуются масштабным российско-британским соперничеством в ходе т.н. «Большой игры», которая охватывала огромные просторы Центральной и Восточной Азии [2; 4; 9; 10; 17; 20].

Упоминание об этом эпизоде представлено в статье Н. Н. Лисицыной, посвященной деятельности российской военной разведки в Лондоне, однако автор ограничилась цитированием краткого комментария отечественного «дипломата в погонах» в Лондоне генерал-майора Николая Сергеевича Ермолова по поводу публикации плана Куропаткина в британской прессе [6]. Поэтому в настоящей статье ставится задача изучить предпосылки, причины и обстоятельства тиражирования данного документа в британской периодике во время Русско-японской войны.

Результаты

После восшествия на престол императора Николая II в 1894 г. происходит постепенная переориентация стратегических интересов России на Дальний Восток. Британский военный атташе в Петербурге подполковник У. Уотерс в записке от 13 октября 1896 г. попытался контурно очертить ключевые направления внешней политики империи Романовых. По его мнению, Россия стремилась: 1) обеспечить неограниченный проход русским военным кораблям из Черного моря в Средиземное, закрыв при этом Босфор для иностранных, прежде всего британских, боевых судов; 2) обеспечить надежную защиту своей западной границы; 3) расширить сферы влияния в Азии [11, р. 305]. В первом случае, согласно выводам британского военного атташе, Россия была «еще недостаточно сильна на море, чтобы иметь хорошие шансы на осуществление такого плана». Во втором, как указывал подполковник Уотерс, российские военные приготовления иллюстрировали «общую политическую ситуацию и бесспорно доказывают, что Военное министерство в Петербурге в конечном счете мало полагается на мирные гарантии Австрии или Германии», поэтому работы по укреплению западной границы «были и остаются непрекращающимися» [11, р. 306]. Одновременно Николай II стремился заполучить незамерзающий порт в открытом море и для решения этой задачи планировал усилить российские позиции в Центральной Азии и на Дальнем Востоке, где соперниками империи Романовых выступали Великобритания и Япония. Резюмируя свои наблюдения, подполковник Уотерс писал, что Россия на данном историческом этапе имела в своем распоряжении ресурсы для решения только одной из трех внешнеполитических задач, и по его заключениям в первую очередь «этот вопрос касается Восточной Азии» [11, р. 307].

Молодой царь, как и многие его современники, находился под сильным влиянием идей «маринизма», в связи с чем Николай II стремился создать из владений России на Дальнем Востоке колониальную империю – «Русскую Индию» – с выходом в открытый океан [9, с. 243]. Для этого было необходимо дальнейшее распространение военного и экономического влияния Петербурга на северо-восточные районы Китая,

где также сосредотачивались интересы Лондона и Токио. 22 мая (3 июня) 1896 г. российское правительство в рамках секретного договора с Пекином добилось права на строительство Транссибирской магистрали до Владивостока через китайскую провинцию Хэйлунцзян в Маньчжурии [1, с. 84]. Спустя два года, воспользовавшись ситуацией с занятием германскими войсками китайского порта Циндао на Шаньдунском полуострове, 15 (27 марта) 1898 г. Россия подписала договор с Цинской империей об аренде Порт-Артура и Квантунской области на 25 лет. Также Петербург получал права на возведение Южно-Маньчжурской железной дороги с целью соединения новой военно-морской базы со своими главными коммуникационными линиями на Дальнем Востоке – Китайско-Восточной железной дорогой и Транссибом [1, с. 94].

Вполне закономерно, что интенсификация российской политики в северо-восточной Азии вызывала серьезные опасения у политических и военных кругов Соединенного королевства, которые связывали эти действия с угрозой британскому господству в Индии. Довольно содержательное резюме подобных настроений, царивших в политическом истеблишменте Великобритании, изложил в одном из донесений российский военный агент в Лондоне Н. С. Ермолов: «Англия в Азии будет делать то, что клонится, близко ли, далеко ли, к обладанию Индией и к закрытию доступов к ней – на Тихом океане, и в Средней Азии, и в Малой Азии, и на восточном берегу Африки...» [8, л. 40–40/об.]. Стоит отметить, что некоторые военные эксперты в Лондоне полагали, что увеличение российского военного и экономического присутствия в Маньчжурии шло на руку Великобритании, поскольку это снижало активность империи Романовых в Афганистане, Персии и Турции [9, с. 240]. Однако такие прогнозы не отражали в полной мере действительность.

Наряду с продвижением на Дальнем Востоке российское правительство продолжало активно развивать военную инфраструктуру в Средней Азии, а Военное министерство разрабатывать проекты боевых действий на случай обострения отношений с Великобританией [2, с. 329–350]. В апреле 1897 г. начались работы по протяжению Закаспийской железной дороги от Мерва к крепости Кушка, находившейся на границе с Афганистаном [13, р. 27]. В 1900 г. она была введена в эксплуатацию [2, с. 334]. Военный атташе британского посольства в Петербурге подполковник Ч. Бересфорд констатировал, что «Россия никогда еще не была в столь выгодном положении, как сейчас, чтобы действовать быстро и эффективно в случае, если у нее имеются виды на территории своих южных соседей (Афганистана и Персии. – А. А.)» [28, р. 55].

Также в 1900 г. было санкционировано строительство железнодорожной линии Оренбург–Ташкент, которая давала возможность быстрее передислоцировать войска из Европейской части России в Туркестан. По подсчетам британских военных экспертов, прежний маршрут через Каспийское море и Среднеазиатскую железную дорогу позволял достигнуть Мерва из Москвы за 11 дней, новая магистраль сокращала путь до 7 дней [13, р. 32]. Соответственно, завершение строительства транспортной артерии Оренбург–Ташкент (состоялось в начале 1905 г.) кардинально меняло расклад сил между двумя империями в случае эскалации вооруженного конфликта в Центральной Азии. В этой ситуации Великобритания начинает постепенный выход из «блестящей изоляции» с целью поиска надежного союзника для противодействия российским планам на Востоке.

После подавления Боксерского восстания в Китае (1900 – 1901 гг.) российские войска временно оккупировали Маньчжурию, что привело к обострению отношений со Страной восходящего солнца. После провала переговоров с Петербургом о разделе сфер влияния в Корее и Маньчжурии Токио заключает с Лондоном 30 января 1902 г. военный союз, направленный против России и Франции. Он подразумевал возможность оказания прямой военной помощи в случае вмешательства третьей стороны в

потенциальный вооруженный конфликт на Дальнем Востоке между противоборствующими державами. Поэтому британские военные специалисты еще до начала русско-японского столкновения рассматривали различные варианты совместных действий с империей микадо против России. Как писал историк Дж. Гуч, в интересах Лондона было сделать все возможное, «чтобы Россия не раздавила Японию» [14, р. 174].

В понедельник 11 июля 1904 г. в разгар Русско-японской войны редакция «Дэйли Экспресс» разместила на страницах своего издания текст плана похода в Индию генерала А.Н. Куропаткина, возглавлявшего в это время Маньчжурскую армию. Публикация секретного проекта вторжения в Индостан естественно не осталась без пристального внимания российской военной разведки. Военный агент в Лондоне генерал-майор Н. С. Ермолов докладывал в Петербург, что сама газета «Дэйли Экспресс» «ничтожна» и резонанс, вызванный ею, не имел значительного влияния на общественное мнение Туманного Альбиона [7, л. 85]. Однако российский «дипломат в погонах», как нам представляется, в своих отчетах пытался представить желаемое за действительное. В течение следующей недели эта публикация произвела эффект «разорвавшейся бомбы» и была широко растиражирована как в центральных британских изданиях, например «Сэнт Джеймс Газет» (St. James's Gazette) [24], являвшейся фактически рупором британского правительства, и «Иллюстрийтед Лондон Ньюз» (Illustrated London News) [16], так и в провинциальной прессе [22; 23]. План похода в Индию генерала Куропаткина оказался и на первых страницах американской газеты «Нью-Йорк Таймс» (New York Times) [15].

Опубликованный документ представляет собой дословную копию секретного проекта, попавшего в распоряжение британских военных структур в середине 1886 г. В течение февраля – июня 1885 г. Главный штаб российской армии на фоне эскалации Пендинского кризиса занимался последовательной разработкой плана военных операций против союзных Великобритании и Афганистана. В его основу легли инициативы, разработанные в штабах военно-окружного командования на Кавказе и в Туркестане [3]. Итоговый вариант проекта 7 (19) июня 1885 составил генерал-майор А. Н. Куропаткин, служивший при начальнике Главного штаба генерале Н. Н. Обручеве [2, с. 329–332; 4, с. 106–114].

Однако, как указывает исследователь М. К. Басханов, в распоряжении британских военных структур оказался документ сильно отличный от варианта, составленного собственно генералом Куропаткиным [4, с. 114–118]. Главные расхождения заключались в масштабах предстоявших операций, которые планировалось осуществлять не только на территории Афганистана, но и охватить ими южные регионы Персии, в частности Хорасан, а также Кашмир и Кашгарию. «Британский вариант» плана Куропаткина вкратце содержал следующие основные положения: русские войска общей численностью 115 тыс. чел., разделенные на две армии, базируясь в Туркестане и Закаспийской области, на первом этапе кампании должны были захватить весь северный Афганистан от Герата до Бадахшана. За этим следовала двухлетняя пауза, в ходе которой российское командование стремилось полностью подчинить занятый ранее регион и тем самым сформировать мощный плацдарм для дальнейших наступательных действий. Затем планировалось предпринять вторую кампанию двумя колоннами с целью занять Кандагар и Кабул, и оттуда начать вторжение в Индию через Боланский и Хайберский перевалы [4, с. 116; 9, с. 200; 23; 24; 25, р. 4–7].

Строго говоря, если первоначальный план Куропаткина подразумевал конкретно войну с Великобританией на территории преимущественно северного Афганистана, то опубликованный в британской прессе вариант уже представлял собой широкую программу инкорпорации Афганистана и сопредельных с ним территорий в состав России с перспективой захвата Индии в качестве конечной цели экспансии империи Романовых в регионе.

На фальсификацию документа указывают сразу несколько обстоятельств. Во-первых, в российских архивах на сегодняшний день не удалось обнаружить документ, составленный за период с июня по 1885 г. по июнь 1886 г., имеющий аналогичную текстуальную композицию с соответствующим фактическим наполнением. Во-вторых, в британских архивах представлено несколько различных датировок британского плана Куропаткина: первая – 18 (30) января 1886 г. [25, р. 7], а вторая – 18 – 30 июня 1886 г. [4, с. 114]. В последнем случае дата является анахронизмом, поскольку при таких условиях проект похода в Индию был составлен в более поздний срок нежели само послание британского дипломатического представителя в Тегеране сэра А. Николсона от 3 июня 1886 г., в котором и содержалась переведенная на английский язык копия данного документа [25, р. 4].

Несмотря на это обстоятельство, подлинность «британского варианта» плана Куропаткина не подвергалась сомнению военным командованием как в метрополии, так и в Индии вплоть до конца XIX в., так как данный документ выступал одним из ключевых компонентов планирования стратегии Соединенного королевства против России [4, с. 115]. Одновременно он являлся и камнем преткновения среди высшего военного командования Великобритании.

На основании плана похода в Индию генерала Куропаткина военные стратеги в Симле составляли проекты ответных действий в Центральной Азии, имевших преимущественно наступательный характер [26]. В то же время на берегах Темзы подвергали критике подобные замыслы и использовали добытый документ для аргументации отсутствия реальных предпосылок увеличения войскового контингента в Индии и, как следствие, адаптации британского военного механизма под логику континентальной стратегической доктрины [4, с. 103–104]. Военные круги в Лондоне считали, что эффективная оборона Индии должна проходить не столько по сухопутной границе с Афганистаном, сколько по Черноморскому побережью российской империи. Общая теоретическая основа этой концепции заключалась в «отсечении» основного плацдарма империи Романовых для движения в Индию – Закаспийской области – от главного источника военных ресурсов для выполнения этой задачи – Кавказа [18; 29, р. 59]. К началу XX в. победа в этой идеологической конфронтации осталась за «индоцентристами», но в то же время «британский вариант» плана Куропаткина устарел в качестве документа, от которого следовало отталкиваться при планировании ответных действий в случае войны с Россией в Центральной Азии.

Важно подчеркнуть, что в публикациях британской прессы фактически происходила персонификация угрозы Британской империи и ее «главной жемчужине» – Индии – в лице генерала Куропаткина, командовавшего российскими войсками против Японии. Отсюда следовал очевидный посыл, что если империя микадо рухнет, то именно Индия станет следующей целью «Русского медведя» на Востоке. Поэтому с точки зрения британской военной пропаганды следовало поддерживать Страну восходящего солнца не только словами, но и армией и флотом Соединенного королевства. Подобным образом население Британской империи готовили к возможности вступления «мастерской мира» в войну на стороне Японии. Данной точки зрения придерживался российский военный агент в Лондоне генерал-майор Н. С. Ермолов, он считал, что публикация плана похода в Индию состоялась не иначе как «для обострения отношений» между Россией и Великобританией [7, л. 85].

Стоит отметить, что военное вмешательство со стороны британской метрополии в это время было маловероятным. После тяжелой второй Англо-бурской войны (1899 – 1902 гг.) сухопутные вооруженные силы Британской империи и система высшего управления ими находились в процессе структурной реорганизации. Для этой цели была сформирована Особая комиссия под председательством лорда Эшера, которая разработала программу реформы Военного министерства. Предлагалось по

аналогии с Адмиралтейством учредить высший военно-административный орган – Совет армии (Army Council) во главе с гражданской должностью Военного министра. При этом упразднился пост Верховного главнокомандующего и вместо Департамента военной разведки и мобилизации создавался Генеральный штаб, начальник которого являлся вторым после Военного министра лицом в Совете армии. В его подчинении также находились: 1) директор управления военными операциями, ответственный за оперативное и стратегическое планирование; 2) директор штабной службы; 3) директор подготовки войск [7, л. 38]. В то же время начальник Генерального штаба и директор управления военными операциями входили в состав Комитета имперской обороны.

Наряду с этим Военный министр юнионистского правительства Х. Арнольд-Форстер в начале 1904 г. предложил провести коренную реформу по переустройству сухопутных вооруженных сил Великобритании. Согласно данной программе, следовало упразднить прежнюю систему попарно связанных батальонов, принятую в 1872 г.: она выстраивалась на принципе баланса и предполагала, что одна половина британских войск, находившихся на действующей службе, размещалась в мирное время в метрополии, другая – в колониях. Вместо этого Х. Арнольд-Форстер намеревался создать фактически две отдельные армии – домашнюю и колониальную, имевшие разные сроки службы – 3 и 9 лет соответственно. При этом домашняя армия предназначалась строго для обороны метрополии, а колониальная могла задействоваться как для защиты имперских владений, так и в качестве главной ударной силы при организации заморских военных экспедиций. Данная инициатива подверглась резкой критике в юнионистском кабинете А. Бальфура и в конечном счете армейская реформа Арнольда-Форстера не получила практического воплощения [30, р. 202–203]. Поэтому, согласно выводам российского военного агента в Лондоне Н. С. Ермолова, британская военная система к началу Русско-японской войны находилась в «хаосе» и в случае обострения отношений с Россией не была способна подготовить для заморской экспедиции более 45 тыс. чел. при 147 орудиях [7, л. 18]. Однако эти силы можно было направить в Индию, где местные войска могли предпринять более активные действия.

Примечательно, что британские газеты наряду с проектом вторжения в пределы Индостана тиражировали и информацию о предстоявших тогда масштабных реформах англо-индийской армии, проходивших под строгим надзором Горация Герберта Китченера, виконта Хартумского и Трансваальского, триумфатора реконквисты Судана (1896 – 1898 гг.) и второй Англо-бурской войны (1899 – 1902 гг.). Первой данную информацию опубликовала та же газета «Дэйли Экспресс» 12 июля – на следующий день после выхода в свет номера с планом похода в Индию генерала Куропаткина [7, л. 85]. Впоследствии по аналогичному алгоритму эти сведения стали появляться и на страницах других периодических изданий Великобритании [22; 23]. Некоторые газеты прямо противопоставляли друг другу замыслы генерала Куропаткина и главнокомандующего армией в Индии, сопровождая информационные блоки подобными заголовками: «“Шах и мат”. Планы Китченера остановить Россию» [23].

Как писал британский историк Т. Хиткоут, реформы лорда Китченера преследовали цель преобразовать местные войска, выполнявшие, преимущественно, полицейские функции, в регулярную армию современного типа «для защиты Индии, а не для ее оккупации», как это было раньше [30, р. 378]. Генерал-майор Н. С. Ермолов также сообщал с берегов Темзы, что структурные преобразования, предлагаемые генералом Г. Китченером, стремились реализовать «стратегическую идею, чего почти не было до сих пор, так как войска (англо-индийские. – А. А.) были разбросаны по территории Индии без большого отношения к железнодорожным сообщениям» и

находились в «зависимости только от целей поддержания внутреннего политического порядка» [7, л. 166; 5, с. 155].

По мнению главнокомандующего войсками в Индии, местная армия к началу XX в. требовалась главным образом для защиты страны от вторжения с северо-запада, то есть от России. Поэтому штабом лорда Китченера было предложено придать всем войскам единую штатно-организационную структуру в мирное и военное время для операций на северо-западной границе Индии или за ее пределами. При реализации этой затеи предполагалось распределить имеющиеся воинские части на постоянные бригады и дивизии, чтобы при необходимости в кратчайшие сроки их мобилизовать и сосредоточить на Кабульском и Кандагарском операционных направлениях [30, р. 378–379]. Для этого все войска, по замыслу Китченера, следовало расположить в мирное время вдоль двух главных железнодорожных магистралей Индии – северной и южной. Северная магистраль включала станции: Калькута – Лакнау – Мирут – Лахор – Равал-Пинди – Пешавар; южная: Мадрас – Бангалор – Белгаум – Пуна – Бомбей – Мхоу – Гайдерабад – Суккур – Кветта. Подобная симметричная дислокация войск позволяла при мобилизации увеличивать по экспоненте как «снежный ком» численность полевой армии по мере ее приближения к границе Афганистана. В результате реформ Китченера к 1909 г. полевая англо-индийская армия должна была состоять из 9 дивизий и 8 кавалерийских бригад общей численностью 130,600 чел. при 318 орудиях и 300 пулеметах [5, с. 155–156].

Однако военные реформы в Индии требовали огромных финансовых средств, на выделение которых традиционно как правительство в метрополии, так и на местах было очень скупо. Как следствие, военные круги, находившиеся в строгом подчинении у гражданской колониальной администрации, были вынуждены серьезно исхитряться, чтобы обосновать перед правящей элитой необходимость неотложного финансирования армейских реформ.

Одним из инструментов подобного давления на британское правительство, помимо публикации плана похода в Индию генерала Куропаткина, стала большая стратегическая военная игра, которая была проведена штабом лорда Китченера в Симле летом 1903 г. Стоит заметить, что взгляды виконта Хартумского и Трансваальского на навязчивую «русскую угрозу» во многом сходились с апокалиптическим видением генерала Ч. Макгрегора, который изложил свою интерпретацию этой проблемы в нашумевшем труде «Оборона Индии» в 1884 г. [4, с. 87–100; 29]. Но если автор знаменитой «Библии русофобов» лишь описал катастрофические сценарии возможного исхода российско-британского конфликта при пассивной обороне «главной жемчужины», то лорд Китченер решил воспроизвести их на практике.

Военные игры, в упрощенной интерпретации, это форма тактической и оперативной подготовки командного состава, позволявшая на картах моделировать сценарии возможных столкновений с противником на различных театрах боевых действий. Такой подход давал возможность «протестировать» разработанные ранее планы мобилизации и развертывания собственных вооруженных сил относительно аналогичных мероприятий со стороны потенциального неприятеля.

Стратегическая военная игра, проведенная в Симле в 1903 г., моделировала сценарий, при котором мог развиваться российско-британский вооруженный конфликт на территории Афганистана. По ее легенде, программа военных реформ лорда Китченера была успешно завершена, в результате создавались девять дивизий Индийской армии, изменены места их постоянной дислокации в мирное время для более быстрого развертывания на границе с Афганистаном в случае войны с Россией, а также значительно модернизирована уже существующая военная инфраструктура в регионе. Империя Романовых, в свою очередь, за счет сравнительно развитой железнодо-

рожной сети в Средней Азии, опираясь на крепость Термез, беспрепятственно осуществляла концентрацию 60 тыс. чел. на реке Амударья для вторжения в афганские владения с целью занять Мазари-и-Шариф, Таш-Курган и Бамиан, чтобы далее, минуя перевалы Гиндукуша, направиться к Кабулу. Со стороны Закаспийской области в пределах крепости Кушка собиралось еще 40 тыс. чел. для движения на Герат и Кандагар. В это же время из России, благодаря железной дороге Оренбург–Ташкент и двум веткам, протянутым от нее к Кушке и Термезу, направлялись подкрепления численностью до 200 тыс. чел. для поддержки наступления на обоих направлениях, сохраняя в резерве еще 100 тыс.

В задачи британской стороны входило занятие Кандагара и Кабула, а также соединяющей их коммуникационной линии через город Газни, чтобы остановить дальнейшее продвижение российских войск. Однако местная полевая армия начинала мобилизацию только после получения первых известий о вторжении передовых российских подразделений в афганские пределы, что заочно создавало прецедент упреждения англо-индийских сил при стратегическом развертывании. Отдельные части полевой армии, разделенные на два отряда, каждый в составе одной дивизии и кавалерийской бригады, достигали окрестностей Кандагара и Джелалабада только спустя месяц после начала вторжения российских войск. При этом легенда игры подразумевала, что Великобритания одновременно будет вынуждена вести войну с Францией и поэтому не способна осуществлять поддержку Индии, вынужденной в борьбе с Россией полагаться только на свои военные ресурсы [27, p. 1–3].

Учитывая такие вводные, неудивительно, что результаты стратегической военной игры, проведенной штабом лорда Китченера, были удручающими. Полковник Уильям Робертсон (впоследствии фельдмаршал, баронет), занимавшийся разбором 200-страничных записей занятий в Симле, в мемуарах отмечал, что «в этом воображаемом наступлении русские войска переходили от одного успеха к другому с поразительной быстротой и полностью низвергали существовавшие планы обороны Индии» [21, p. 136]. По легенде, военное столкновение продолжалось девять месяцев с мая 1903 г. по январь 1904 г. Несмотря на частные успехи, англо-индийские войска к декабрю уступали российской армии практически все важные стратегические позиции на коммуникационной оси Кандагар–Кабул, а к январю были вынуждены отступить и к реке Инд, ожидая дальнейшего наступления «Русского медведя» в пределы Индостана по двум направлениям со стороны Хайберского и Боланского перевала. На этом игра заканчивалась [27, p. 2–6].

Итоги стратегической военной игры, проведенной в Симле, закономерно подверглись Генеральным штабом и Комитетом имперской обороны в Лондоне аргументированной критике за нереалистичный сценарий, при котором будут разворачиваться военные действия в контексте приготовлений обеих сторон к конфликту [14, p. 212–219]. Комментируя ход занятий в Симле, полковник У. Робертсон впоследствии описывал как ему приходилось объяснять кабинету министров, «что военная игра – совсем не то же самое, что война, и что некоторые сделанные в игре допущения совершенно несостоятельны» [21, p. 136]. Сам генерал Г. Китчинер признавался в частной беседе вице-королю Индии Дж. Керзону, что заранее ожидал подобной реакции из метрополии, поскольку «Кригшпиль (Kriegspiel) был нарочно составлен так, чтобы в каждом аспекте Россия имела преимущества» [12, f. 73]. Поэтому ключевой задачей стратегической военной игры в Симле была не проверка актуальных планов обороны Индии, а агитация правительства А. Бальфура к проведению реформы англо-индийской армии и дальнейшей переориентации военной стратегии Соединенного королевства на центральноазиатский плацдарм.

Для достижения поставленной цели лорд Китченер также использовал сведения об интенсификации российской военной активности в Центральной Азии на фоне

эскалации конфликта на Дальнем Востоке. 18 января 1904 г. подполковник Г. Нэпьер, военный атташе британского посольства в Петербурге, сообщил в Лондон о подготовке планов мобилизации российских войск для наступательных действий против Афганистана [19, f. 34]. К марту того же года он дополнил свои сведения информацией о намерении российского правительства уже к июлю открыть железнодорожную ветку Оренбург–Ташкент [12, f. 30]. На основании этих данных лорд Китченер запрашивал подкрепления в 150 тыс. чел. из метрополии сразу после объявления войны, хотя планы британского командования в Лондоне подразумевали передислокацию войск частями – 30 тыс. по объявлению войны и еще 70 тыс. спустя полгода с момента начала боевых действий [7, л. 191/об.; 14, pp. 199–206]. Правительство А. Бальфура могло удовлетворить запросы главнокомандующего в Индии только за счет передислокации войск, находившихся на действующей службе в самой Великобритании, поскольку армейский резерв после Англо-бурской войны был серьезно истощен – в нем состояли всего 66 тыс. чел. [12, f. 30]. При этом планы, разрабатываемые в Комитете имперской обороны, подразумевали коалиционную войну с российско-французским альянсом, в рамках которой войска метрополии, помимо обязательства защищать Индию, должны были обеспечить безопасность Туманного Альбиона от возможного французского десанта, и только после достижения полного господства на морском пространстве могли употребляться для других военных целей за рубежом [12, f. 33]. Поэтому в Генеральном штабе Великобритании стали пристально изучать достоверность получаемых из разных источников сведений.

Директор управления военными операциями генерал-майор Дж. Грирсон в заметке от 30 мая 1904 г. сделал правильный вывод, что на практике военная активность России в Центральной Азии имела демонстративный характер и была призвана оказывать давление на Великобританию, «если она задумает интервенцию в пользу Японии в случае окончательного поражения последней», или отвлечь ее внимание, если в Петербурге «захотят послать военные корабли через Дарданеллы» [19, f. 49–50]. В этой связи он считал нецелесообразным отвечать на чрезмерные запросы лорда Китченера о передислокации всех имеющихся войск из метрополии в Индию.

Отчеты Генерального штаба о природе российской военной активности в Центральной Азии и дебаты в Комитете имперской обороны по поводу запроса о подкреплениях лорда Китченера пришлось примерно на одно время вместе с выпуском в свет плана похода в Индию генерала Куропаткина. В первом случае отчет был готов к 30 мая 1904 г., а издание номера «Дэйли Экспресс» с соответствующим содержанием, как упоминалось ранее, произошло 11 июля того же года.

Сразу после тиражирования этих сведений в британской прессе генерал-майор Н.С. Ермолов отправил ее копию в Военно-статистический отдел Управления второго генерал-квартирмейстера российского Главного штаба. Сам же «дипломат в погонах» попытался выяснить источник сей провокационной публикации.

Первое предположение генерал-майора Н. С. Ермолова касалось причастности к изданию плана похода в Индию японского представительства в Лондоне, преследовавшего, по его мнению, цель всколыхнуть британскую общественность и тем самым склонить юнионистский кабинет А. Бальфура к военному вмешательству в русско-японский конфликт [7, л. 89]. Вскоре данную гипотезу в частной беседе с генерал-майором Ермоловым развеял высокопоставленный британский офицер генерал Г. (вероятнее всего Дж. Грирсон), являвшийся одним из заседателей Комитета имперской обороны и директором управления военными операциями в Генеральном штабе Великобритании. В ходе этой беседы генерал Грирсон пояснил, что, действительно, в «Дэйли Экспресс» был напечатан план генерала Куропаткина, который раздобыла британская разведка 18 лет назад. Однако к 1904 г. британское правительство уже перестало им руководствоваться «для составления своих соображений» относительно

обороны Индии. Поэтому военные реформы лорда Китченера не были инспирированы, опубликованным в «Дэйли Экспресс» планом генерала Куропаткина, как то полагал генерал Ермолов [7, л. 89 об.]. При этом, отвечая на вопрос российского военного атташе «как британская газета раздобыла данный документ», Гирсон отметил, что «с нашими английскими порядками или беспорядками, тут нет ничего удивительного» [7, л. 90]. По его мнению, украсть копию плана похода в Индию мог кто-то из секретарей в правительстве или журналист «ради сенсации и для лучшей продажи газеты» [7, л. 90 об.].

Одновременно специалисты российского Главного штаба занимались сравнительным анализом текста опубликованного документа на страницах «Дэйли Экспресс» с секретной запиской генерала А. Н. Куропаткина, составленной им в разгар Пендинского кризиса весной – летом 1885 года. По итогам этих изысканий генерал-майор В. П. Целебровский, курировавший деятельность российской военной разведки, в своем докладе сделал однозначный вывод, что растиражированный проект похода в Индию представлял собой «вымысел, основанный на знании, что генералом Куропаткиным когда-то составлен план какого-то наступления в Афганистан» [7, л. 87 об.]. При этом им особо выделялись ключевые отличия между документами: «во-первых, наши соображения (имеется ввиду Куропаткина. – А. А.) дальше занятия Герата и вообще северного Афганистана не идут; во-вторых, наш взгляд на отношение к нам туземного населения Индии далеко не отличается таким оптимизмом, который приписывается нам газетой: в своем докладе генерал Куропаткин категорически заявляет, что самое большее, на что мы может рассчитывать, это на пассивно-выжидательное настроение населения; наконец, как на частности, можно указать на разницу наименований колонн по нашему плану и по плану, приводимому газетой “Daily Express”... в последнем нет ни слова о постройке железных дорог для организации подвоза и дальнейшего движения внутрь страны (Афганистана. – А. А.), без чего, по словам доклада генерала Куропаткина, немыслимо и думать о дальнейшем наступлении» [7, л. 87–87 об.]. Таким образом, опираясь на аргументированные заключения генерал-майора В.П. Целебровского, гипотезу историка М. К. Басханова о фальсификации «британского варианта» плана индийского похода генерала Куропаткина следует считать доказанной.

Исходя из изложенного выше можно сделать вывод, что все эти события являлись звеньями одной цепи и, так или иначе, отражали, во-первых, интриги лорда Китченера, склонного к подобным сложным манипуляциям [10, с. 126–131], во-вторых, реальные опасения со стороны политического истеблишмента Соединенного королевства относительно печальных перспектив возможного вооруженного столкновения двух великих держав на Среднем Востоке. Результаты «Кригшпиля» и широко растиражированный британской прессой план похода в Индию естественным образом подталкивали действующее юнионистское правительство А. Бальфура к более решительной политике по отношению к России и к интенсификации военных преобразований как в самой метрополии, так и в Индии. Полковник У. Робертсон в мемуарах отмечал, что военная игра в Симле «во многом способствовала достижению истинной цели лорда Китченера, которая заключалась в том, чтобы получить скорейшую санкцию на реформы, им продвигавшихся» [21, р. 136]. Впоследствии генерал-майор Н. С. Ермолов также констатировал, что виконт Хартумский и Трансваальский приобрел «все большее и большее» влияние на действующее правительство, что позволило инициировать программу, разработанных его штабом реформ англо-индийской армии [7, л. 191]. Если к моменту назначения генерала Китченера на должность главнокомандующего войсками в Индии в 1902 г. местные военные расходы составляли 17,6 млн ф. ст. в год, то, начиная с 1903 г., смета постоянно увеличивалась и за период 1904–1908 гг. стабильно держалась на отметке 19–20 млн ф. ст. [5, с. 191].

Выводы

Из изложенного выше следует констатировать, что публикация поддельного плана похода в Индию генерала А. Н. Куропаткина в разгар Русско-японской войны могла быть осуществлена как жадным до сенсаций журналистом, так и ближайшим окружением лорда Китченера, который нередко использовал свой авторитет в прессе, чтобы достигать собственных амбициозных целей. Тем не менее педалирование угрозы в форме плана индийского похода генерала Куропаткина прямо или косвенно, но действительно поспособствовало принятию масштабных военно-организационных мер, призванных повысить обороноспособность Индии от навязчивой «русской угрозы».

Список источников и литературы

1. *Айрапетов О. Р.* История внешней политики Российской империи, 1801 – 1914. В 4 т. Т. 4: Внешняя политика императора Николая II, 1894 – 1914. М.: Кучково поле, 2018. 768 с.
2. *Алпеев О. Е.* «Священный огонь» русского Генерального штаба. Планирование «похода в Индию» военным ведомством России, 1885 – 1914 гг. // Русский сборник: исследования по истории России XIX-XX вв. Т. 26: Россия и война : междунар. науч. сб. в честь 75-летия Брюса Меннинга. М.: Модест Колеров, 2018. С. 320–387.
3. *Арбеков А. Б.* Генерал Н. Н. Обручев и подготовка России к войне в Афганистане в 1885 году // Гуманитарный научный вестник. 2022. № 6. С. 1–11. URL: <http://naukavestnik.ru/doc/2022/06/Arbekov.pdf> (дата обращения: 01.09.2022).
4. *Басханов М. К.* Гератский кризис 1885 г. и борьба идей вокруг стратегии упреждения в Средней Азии: Куропаткин против Маргегора // Мир политики и социологии. 2018. № 12. С. 86–126.
5. Вооруженные силы Британской империи : (по данным к 1 января 1911 года) / Гл. упр. Ген. штаба. СПб.: Изд. Отдела Генерал-квартирмейстера, 1911. 211 с.
6. *Лисицына Н. Н.* Русские военные агенты в Лондоне в конце XIX – начале XX века: взгляд на Восток // Клио. 2005. № 1 (28). С. 161–166.
7. Российский государственный военно-исторический архив (РГВИА). Ф. 400. Оп. 4. Д. 283.
8. РГВИА. Ф. 431. Оп. 1. Д. 59.
9. *Сергеев Е. Ю.* Большая игра, 1856–1907: мифы и реалии российско-британских отношений в Центральной и Восточной Азии. М.: Т-во науч. изд. КМК, 2012. 453 с.
10. *Сергеев Е. Ю.* Джордж Натаниэль Кёрзон – последний рыцарь Британской империи. М.: Т-во науч. изд. КМК, 2015. 294 с.
11. British Documents on Foreign Affairs: Reports and Papers from the Foreign Office Confidential Print. Part 1: From the Midnineteenth Century to the First World War. Series A: Russia, 1859–1914. Vol. 2: Russia, 1881–1905 / ed. by D. Lieven. [Washington], 1983. 425 p.
12. British Library: African and Asian Studies (BLAAS). Curzon's papers. Mss Eur F 111/163.
13. BLAAS. Curzon's papers. Mss Eur F 111/388.
14. Gooch J. The Plans of War. The General Staff and British Military Strategy c. 1900–1916. London, 1974. 364 p.
15. If Russia Invades India // New York Times. 1904. 11 July.
16. Illustrated London News. 1904. 16 July.
17. *Johnson R.* Spying for Empire: The Great Game in Central and South Asia, 1757–1947. London, 2006. 320 p.
18. National Archive of India (NAI). Military Miscellaneous : November 1890, No. 154 (Military operations in the event of war with Russia).
19. NAI. Foreign Department. No. 42–109 (Precis of correspondence on the subject of the movements of Russian troops on Afghan frontier ; Major-General J.M. Grierson Note on reported Russian Activity in Central Asia, 30 May 1904).
20. *Nielsen K.* Britain and the Last Tsar: British Policy and Russia, 1894 – 1917. Oxford, 1995. 408 p.
21. *Robertson W. R.* From Private to Field Marshal. London, 1921. 396 p.

22. Russia's Designs on India // Sheffield Daily Telegraph. 1904. 12 July.
23. Russian Plans to Invade India // Chard and Ilminster News. 1904. 16 July.
24. Russian Plans to Seize India // St. James's Gazette. 1904. 11 July.
25. The National Archives, Kew (TNA). Public Records Office. Cabinet Office (CAB) 37/18/56 (General Kouropatkin's Plan for an Advance on India, 18 (30) January 1886).
26. TNA. CAB 38/1/6 (Report of Indian Mobilization Committee, 3 October 1887).
27. TNA. CAB 38/5/43 (Observations on the Records of a War Game played at Simla, 1903, 5 May 1904).
28. TNA. Public Records Office: Foreign Office, Confidential Print Persia (Iran) 416/2 (Sir C. Scott to Marquess Salisbury, 7 February 1900).
29. TNA. Public Records Office: War Office 33/43/1885/990 (Colonel A.S. Cameron Precis on the Defence of India by Major-General sir C.M. Macgregor, March 1885).
30. The Oxford History of the British Army. Oxford, 2003. 485 p.

References

1. Ajrapetov, OR 2018, *The History of the Foreign Policy of the Russian Empire, 1801 – 1914. In 4 vols. 4: The Foreign Policy of Emperor Nicholas II, 1894–1914* (Vneshnyaya politika Rossijskoj imperii, T. 4, 1894–1914.), Kuchkovo pole, Moskva.
2. Alpeev O.E. «Svyashchennyj ogon'» russkogo General'nogo shtaba. Planirovanie «pohoda v Indiju» voennym vedomstvom Rossii, 1885 – 1914 gg. // *Russkij sbornik. Rossiya i vojna: mezhdunarodnyj nauchnyj sbornik v chest' 75-letija Bryusa Menninga, T. 26*, (“Sacred Fire” of the Russian General Staff. Planning of a “campaign to India” by the Russian military department, 1885–1914 // Russian digest. Russia and War: International Scientific Digest in Honor of Bruce Manning's 75th Anniversary, Vol. 26), 2018, s. 320–387
3. Arbekov A.B. *General N.N. Obruchev i podgotovka Rossii k vojne v Afganistane v 1885 godu* // *Gumanitarnyj nauchnyj vestnik* (General N.N. Obruchev and the preparation of Russia for the war in Afghanistan in 1885 // Humanitarian Scientific Bulletin), № 6, 2022, s. 1–11. URL: <http://naukavestnik.ru/doc/2022/06/Arbekov.pdf>
4. Baskhanov M.K. *Geratskij krizis 1885 g. i bor'ba idej vokrug strategii uprezhdeniya v Srednej Azii: Kuropatkin protiv Magregora* // *Mir politiki i sociologii* (Herat Crisis of 1885 and the Struggle of Ideas around the Strategy of pre-emption in Central Asia: Kuropatkin against Magregore // The World of Politics and Sociology), № 12, 2018, s. 86–126
5. *Vooruzhennye sily Britanskoj imperii. Sankt-Peterburg* (Military Forces of the British Empire. Saint-Petersburg), 1911, 211 s.
6. Lisicyna N.N. *Russkie voennye agenty v Londone v konce XIX – nachale XX veka: vzglyad na Vostok* (Russian military agents in London at the end of the 19th – beginning of the 20th century: a view at the East) // *Klio*, № 1 (28), 2005, s. 161–166
7. *Rossijskij gosudarstvennyj voenno-istoricheskij arhiv* (Russian State Archive of Military History (further RGVIA)). Fund. 400. Inventory. 4. File. 283
8. RGVIA. Fund. 431. Inventory. 1. File. 59
9. Sergeev E.YU. *Bol'shaya igra, 1856 – 1907: mify i realii rossijsko-britanskih otnoshenij v Central'noj i Vostochnoj Azii. Moskva* (The Great Game, 1856–1907: Russo-British Relations in Central and East Asia. Moscow), 2012, 454 c.
10. Sergeev E.YU. *Dzhordzh Nataniel' Kyorzon – poslednij rycar' Britanskoj imperii. Moskva* (George Nathaniel Curzon – The Last Knight of the British Empire. Moscow), 2015, 294 s.
11. *British Documents on Foreign Affairs: Repots and Papers from the Foreign Office Confidential Print. Part I. Series A. Vol. 2, Russia, 1880 – 1914.* Washington, 425 p.
12. *British Library: African and Asian Studies (BLAAS), Curzon's papers, Mss Eur F 111/163*
13. *BLAAS, Curzon's papers, Mss Eur F 111/388*
14. Gooch J. *The Plans of War. The General Staff and British Military Strategy c. 1900–1916.* London, 1974, 364 p.
15. *If Russia Invades India* // *New York Times*, 11 July 1904
16. *Illustrated London News*, 16 July 1904
17. Johnson R. *Spying for Empire: The Great Game in Central and South Asia, 1757–1947.* London, 2006, 320 p.

18. National Archive of India (NAI), Military Miscellaneous, November 1890, No. 154, Military operations in the event of war with Russia
19. NAI, Foreign Department, No. 42–109, Precis of correspondence on the subject of the movements of Russian troops on Afghan frontier; Major-General J.M. Grierson Note on reported Russian Activity in Central Asia, 30 May 1904
20. Nielsen K. Britain and the Last Tsar: British Policy and Russia, 1894 –1917. Oxford, 1995, 408 p.
21. Robertson W.R. From Private to Field Marshal. London, 1921, 396 p.
22. Russia's Designs on India // Sheffield Daily Telegraph, 12 July 1904
23. Russian Plans to Invade India // Chard and Ilminster News, 16 July 1904
24. Russian Plans to Seize India // St. James's Gazette, 11 July 1904
25. The National Archives, Kew (TNA), Public Records Office: Cabinet Office (CAB) 37/18/56, General Kouropatkin's Plan for an Advance on India, 18 (30) January 1886
26. TNA, CAB 38/1/6, Report of Indian Mobilization Committee, 3 October 1887
27. TNA, CAB 38/5/43, Observations on the Records of a War Game played at Simla, 1903, 5 May 1904
28. TNA, Public Records Office: Foreign Office, Confidential Print Persia (Iran) 416/2, Sir C. Scott to Marquess Salisbury, 7 February 1900
29. TNA, Public Records Office: War Office 33/43/1885/990, Colonel A.S. Cameron Precis on the Defence of India by Major-General sir C. M. Macgregor, March 1885
30. The Oxford History of the British Army. Oxford, 2003, 485 p.

Статья поступила в редакцию: 28.11.2022
Одобрена после рецензирования: 23.12.2022
Принята к публикации: 27.12.2022

The article was submitted: 28.11.2022
Approved after reviewing: 23.12.2022
Accepted for publication: 27.12.2022

Научная статья

УДК 81.119

<https://doi.org/10.22405/2712-8407-2022-4-46-52>

МЕДИАЛЕКТ КАК ЯЗЫКОВОЙ ФЕНОМЕН СОВРЕМЕННОЙ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

**Юлия Михайловна
Зубарева**

Тульский государственный педагогический
университет им. Л. Н. Толстого,
Тула, Россия, yuliya-tula@yandex.ru

Аннотация. В статье исследуются особенности медиалекта как языкового феномена современной массовой коммуникации, подчеркивается значительный интерес к его изучению со стороны научного сообщества. Рассматривается структура и содержание данной разновидности языка, функционирующего в цифровом пространстве и представленного аудиовизуальными и сетевыми проектами.

Анализ научных трудов, посвященных этому явлению показывает неоднозначность подходов к терминологии, отсутствие четкого определения его свойств, а также принципов реализации в речевом пространстве, разработанных методов и приемов исследования. Медиалект понимается лингвистами как средство массовой информации, используемое в медиасфере, его качества обусловлены спецификой мультимедийной интеракции.

Наблюдение за реализацией медиалекта в Интернет-коммуникации помогло выявить ряд его базовых характеристик: утилитарность, актуальность, перформативность, необратимость, многоуровневость структуры. Среди лексико-грамматических особенностей следует отметить богатый стилистический ресурс, а также поликодовость, обусловленную необходимостью максимальной визуализации для привлечения внимания к контенту. Доступность цифровых площадок, возможности ИКТ-технологий, отсутствие территориальных, возрастных, гендерных и финансовых ограничений позволили медиалекту приобрести особый статус. Он отражает актуальное сознание общества, транслирует идеи, ценности и опыт текущей жизни, способствует эффективной организации любой деятельности человека. Пользователь предстает не сторонним наблюдателем (слушателем или зрителем), а активным участником или организатором различных проектов. В то же время, создавая собственный информационный контент, человек не всегда является специалистом в той области, в которой он хочет проявить себя, что существенно влияет на качество предъявляемой им информации.

Исследование, представленное в данной статье, доказывает необходимость всестороннего и более тщательного изучения медиалекта специалистами разных научных сфер: лингвистами, социологами, культурологами, психологами.

Ключевые слова: информационно-коммуникационные технологии, Интернет-коммуникации, цифровая среда, медиасфера, цифровое образование, медиалингвистика, поликодовость.

Для цитирования: Зубарева Ю. М. Медиалект как языковой феномен современной массовой коммуникации // Тульский научный вестник. Серия История. Языкознание. 2022. Вып. 4 (12). С. 46–52. <https://doi.org/10.22405/2712-8407-2022-4-46-52>

Сведения об авторе: Ю. М. Зубарева – кандидат педагогических наук, доцент кафедры документо-ведения и стилистики русского языка, Тульский государственный педагогический университет им. Л. Н. Толстого, 300026, Россия, Тульская область, г. Тула, проспект Ленина, 125.

Scientific Article
UDC 81.119
<https://doi.org/10.22405/2712-8407-2022-4-46-52>

MEDIALECT AS A LANGUAGE PHENOMENON OF MODERN MASS COMMUNICATION

Yulia M. Zubareva

Tula State Lev Tolstoy Pedagogical University,
Tula, Russia, yuliya-tula@yandex.ru

Abstract. The article examines the features of the medialect as a linguistic phenomenon of modern mass communication. It highlights the significant interest in its study on the part of the scientific community. The article examines the structure and content of this type of language, functioning in the digital space and represented by audiovisual and network projects.

The analysis of scientific papers devoted to this phenomenon shows the ambiguity of approaches to terminology, the lack of a clear definition of its properties, as well as the principles of implementation in the speech space, the developed methods and research techniques. The medialect is a mass medium used in the media sphere; its qualities are determined by the specifics of multimedia interaction.

Observation of the implementation of a medialect in Internet communication helped to identify a number of its basic characteristics: utility, relevance, performativity, irreversibility, and a multi-level structure. Among the lexical and grammatical features, there are a rich stylistic resource, as well as polycoding, due to the need for maximum visualization to draw attention to the content. The availability of digital platforms, the possibilities of ICT technologies, the absence of territorial, age, gender and financial restrictions allowed the media lecture to acquire a special status. It reflects the current consciousness of society transmits ideas, values and experience of current life, contributes to the effective organization of activity. The user is not a bystander (listener or viewer), but a participant or manager of various projects. At the same time, when creating information content, a person is not always an expert in his or her chosen field. This significantly affects the quality of the information presented.

The article proves the need for a comprehensive and more thorough study of the medialect by specialists from various scientific fields: linguists, sociologists, scholars in culture studies, and psychologists.

Keywords: information and communication technologies, Internet communications, digital environment, media sphere, digital education, media linguistics, polycoding.

For citation: Zubareva, YuM 2022, 'Medialect as a language phenomenon of modern mass communication', *Tula Scientific Bulletin. History. Linguistics*, issue 4 (12), pp. 46–52, <https://doi.org/10.22405/2712-8407-2022-4-46-52> (in Russ.)

Information about the Author: *Yulia M. Zubareva* – PhD in Pedagogical Sciences, Associate Professor, Chair of Documentation and Stylistics of the Russian Language, Tula State Lev Tolstoy Pedagogical University, 125 Lenin Prospekt, Tula, 300026, Russia.

Стремительное развитие информационно-коммуникационных технологий, активно проникающих во все сферы современной жизни, в значительной мере определяет специфику современных СМИ, функционирующих в медиaprостранстве. В поисках новостей о реальном мире пользователь погружается в ирреальный – особое виртуальное пространство, «смоделированную квази-реальность», созданную средствами ИКТ «аудиовизуальную смысловую среду, которая выдается или принимается... за подлинную или близкую к подлинной» (А. Ю. Помпеев) [13]. С одной стороны, она является отражением действительности, с другой – особой искусственной коммуникативной надстройкой, влияющей на важные для человека области жизни: политические и экономические процессы, культурное взаимодействие, общественные отношения, образование. Современная цифровая среда, в первую очередь Интернет, предоставляющий всевозможные площадки для взаимодействия, является некой «альтернативной реальностью», живущей по своим собственным законам. Нелинейная архитектура медиасферы подразумевает наличие мультимедийных структурных компонентов, функционирующих на основе цифровых технологий и позволяющих использовать разнообразные ресурсы для самореализации и профессионального развития (В. И. Панов, Э. В. Патраков) [11]. Можно говорить о «качественно новом типе сознания современного человека», «новом формате его социального бытия и коммуникации» (А. В. Полонский) [12, с. 234]. Как справедливо отмечает Е. Л. Вартанова, идея «человека медийного» является идеей личности, существование которой напрямую зависит от процесса «получения, потребления и осмысления медиатизированной информации»; в каждом конкретном индивидууме она реализуется по-разному: «кто-то более медийный, кто-то менее», но в целом этот процесс «становится одним из основополагающих в личном и социальном опыте» [1].

«Тотальная цифровизация» жизни современного человека, его социальных и речевых практик обусловила возникновение специфической формы языка – *медиа-лекта* (лат. *media* «посредники», греч. *λεκτος* «беседа»), который функционирует в медиaprостранстве, представленном печатными, аудиовизуальными и сетевыми проектами, и имеет ряд особенностей, обусловленных спецификой мультимедийной интеракции [12].

Данной теме посвящены многочисленные исследования (труды Т. Г. Добросклонской, Л. Р. Дускаевой, В. И. Конькова, А. В. Полонского, Т. В. Шмелевой, Э. В. Будаева, А. В. Чичериной, М. Ю. Казак), в которых делается попытка обозначить подходы к изучению языка медиатекстов, выявить проблемы, связанные с его функционированием, определить место и роль «медиа-лекта» (А. В. Полонский) как особой «дискурсивной практики» (Д. О. Дунаева) в современном русском литературном языке, собираются и анализируются языковые явления, «характеризующие разнообразные факты нашей медиареальности» (Т. В. Шмелева) [2–4; 6; 9; 12; 18].

Стоит отметить, что на данный момент нет ни однозначной, принятой всеми терминологии для обозначения этого понятия, ни четкого определения его свойств и принципов функционирования. Данная разновидность языка рассматривается лингвистами как средство массовой информации – «язык газет или радио», использующийся в цифровой среде, так и более широко – как тип русской речи, функционирующей в медиасфере: «медиа-лект» (А. В. Полонский) и/или «медиа-речь» (В. И. Коньков, Т. В. Шмелева) [9, с. 58].

В. И. Коньков, размышляя об особенностях этого лингвистического явления, говорит о необходимости разграничения двух разновидностей языка в зависимости от места происхождения. Первый сформировался непосредственно в коммуникативной среде СМИ, второй – вне ее. Здесь стоит отметить художественные произведения, размещенные в онлайн-формате, научные статьи и монографии, некоторые официальные документы, публикации которых являются обязательными и имеют правовую

основу (например, федеральные законы, вступающие в силу по истечении 10 дней после дня их официального опубликования в ряде российских газет). Подчеркнем, что речь идет не об использовании элементов других стилей в публицистическом, а о самостоятельном функционировании в цифровой среде «текстов, пришедших сюда из разных сфер речевой практики общества» (В. И. Коньков) и сосуществующих друг с другом на равных условиях [9, с. 58].

Актуальность и важность исследования данного языкового явления подтверждается многочисленными конференциями и форумами разного уровня («*Язык в координатах массмедиа*», Санкт-Петербург, СПбГУ, 2022, «*Теоретические и практические аспекты цифрового образования*», Тула, ТГПУ им. Л. Н. Толстого, 2022; «*Медиа в информационном обществе: эффекты, возможности, риски*», Саратов, СГТУ им. Ю. А. Гагарина, 2022; «*Региональные медиа: информационная безопасность и цифровая грамотность*», «Центр развития персонала „Бизнес-класс”», Сочи, 2022), растущим числом публикаций по данной тематике в журналах с высоким импакт-фактором, монографиях и диссертациях.

В системе образования появляются новые научные коллективы: *кафедра медиалингвистики МГУ, кафедра журналистики и медиалингвистики Омского государственного университета*. Разрабатываются и внедряются в учебный процесс новые дисциплины, магистерские программы: «*Медиалингвистика*» «*Профессиональная речевая коммуникация в массмедиа*», СПбГУ; «*Инновационные процессы в образовании*», «*Электронный документ*», ТГПУ им. Л. Н. Толстого».

Создаются учебники, учебные пособия, словари, которые ориентированы в первую очередь на будущих специалистов медиасферы – журналистов, а также специалистов по рекламе и связям с общественностью – и в которых используется материалы медиатекстов: «*Современный русский язык. Сборник упражнений по орфографии и пунктуации*» (под ред. В. И. Конькова, 2014), «*Современный русский язык. Языковые техники создания медиатекстов. Практикум*» и «*Медиалингвистика в терминах и понятиях*» (под ред. Л. Р. Дускаевой, 2018).

В настоящий момент медиалингвистика является одним из перспективных научных направлений, отражающих тенденции развития современного языка в цифровом пространстве (работы Л. Р. Дускаевой, О. Б. Сиротининой, Р. К. Потаповой, В. В. Варченко, Е. В. Каблукова, Е. В. Какориной, Н. И. Клушиной) [4; 5; 7; 8; 14; 16]. Исследования, посвященные изучению языковых проблем медиасферы нашли отражения в публикациях научного журнала «*Медиалингвистика*» (выходит с 2014). Среди актуальных тем, предлагаемых учеными для обсуждения, отметим следующие:

- медиа в информационном обществе,
- специфика новых информационных платформ и форматы подачи современными СМИ,
- интегрирование коммуникаций в цифровые медиа,
- текст и контекст коммуникационных процессов,
- речевая личность в медиасфере.

Несмотря на значительный интерес к этим темам как специалистов, так и неспециалистов – «рядовых пользователей», достаточное количество исследований в этой области, стоит подчеркнуть, что многие вопросы остаются до сих пор малоизученными, нет системного подхода, разработанных методов и приемов исследования.

Как уже было сказано выше, медиалект рассматривают и как частный случай функционирования языка, и как принципиально новое языковое явление. Очевидно, что медиалект представляет собой феномен современной массовой коммуникации, отражающий тенденции развития языка на данный момент. В. И. Коньков отмечает следующие его базовые коммуникативные особенности: *утилитарность* («вписана в общую практическую деятельность общества»), *актуальность* («предназначена

для здесь и сейчас»), *перформативность* («равноценность речевых актов поступкам»), *необратимость* («отсутствие интереса к прочитанному»), «*многоуровневость*» (структура включает в себя разновидности медиалекта разных сообществ и групп) [10; 15; 17].

Специфической чертой медиалекта является наличие широкой социальной базы, обусловленной доступностью цифровых площадок, отсутствием национальных, территориальных, возрастных, гендерных и финансовых ограничений, что позволяет говорить о его особом статусе. Он приобретает «способность выражать актуальное сознание общества, переживаемые им идеи, ценности и опыт текущей жизни» (А. В. Полонский) [12, с. 235]. Медиалект способствует организации общественной и личной жизни человека. С помощью него на сегодняшний день продуцируется, хранится и распространяется основной массив социально значимой информации.

Еще одной особенностью является необходимость и важность самопрезентации личности. Человек в медиапространстве не сторонний наблюдатель (слушатель или зритель), а активный участник происходящего. По своему желанию он может быть либо пассивным реципиентом, либо активным организатором различных проектов. Чтобы создавать собственный информационный контент, ему не нужно являться специалистом в той области, в которой он хочет проявить себя. Это, с одной стороны, позволяет человеку реализоваться, с другой стороны, качество предъявляемой информации и уровень речевой культуры может оказаться довольно низким. Если официальные СМИ в новостных, научно-просветительских и культурно-массовых программах обычно являются примером образцовой нормированной речи, то медиалект представляет собой синтез актуальных речевых тенденций, а не только языковых традиций.

С этим связан ряд лексико-грамматических особенностей данного явления: во-первых, наличие богатого стилистического ресурса, максимальная открытость любым речевым средствам – как общеупотребительным, так стилистически маркированным, табуированным; во-вторых, ориентация на определенную аудиторию; в-третьих, поликодовость – интеграция или взаимозаменяемость нескольких знаковых систем (например, слова и изображения) с целью максимальной визуализации для привлечения внимания к контенту.

Таким образом, подводя итог вышесказанному, отметим, что медиалект является языковым феноменом современной массовой коммуникации, функционируя в цифровом пространстве, он «обеспечивает полиформатное, многоцелевое, социально и личностно обусловленное информационное взаимодействие социальных субъектов» [12, с. 241] и требует комплексного подхода в процессе исследования его структурных и содержательных особенностей.

Список источников и литературы

1. *Вартанова Е. Л.* «Человек медийный» – новая ступень эволюции или приложение к гаджету? : интервью / беседовали М. Абаев, М. Ежихина // Наука и жизнь : портал журнала «Наука и жизнь». Дата размещения: 03.12.2015. URL: <https://www.nkj.ru/open/27523> (дата обращения: 01.10.2022).
2. *Добросклонская Т. Г.* Медиалингвистика: теория, методы, направления. М.: Добросвет, 2020. 178 с.
3. *Дунаева Д. О.* Дискурсивные практики горожан как коммуникативный механизм формирования образа комфортного города (опыт полевого исследования) // Вестник Томского гос. ун-та. Философия. Социология. Политология. 2021. № 60. С. 137–150. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/diskursivnye-praktiki-gorozhan-kak-kommunikativnyy->

- mehanizm-formirovaniya-obraza-komfortnogo-goroda-opyt-polevogo-issledovaniya (дата обращения: 01.12.2022).
4. Дускаева Л. Р. Медиалингвистика в России: лингвопраксиологическая доминанта // Медиалингвистика. 2014. № 1. С. 5–15.
 5. Каблуков Е. В. Интернет-медиа: специфика конструирования сверхтекстов // Речеведение: современное состояние и перспективы : материалы Междунар. науч. конф., посвящ. юбилею М. Н. Кожинной (Пермь, 16-20 ноября 2010 г.) / отв. ред. Е. А. Баженова. Пермь: Перм. гос. ун-т., 2010. С. 368–373.
 6. Казак М. Ю. Современный медиатекст: проблемы идентификации, делимитации, типологии // Медиалингвистика. 2014. № 1. С. 65–76.
 7. Какорина Е. В. СМИ и Интернет-коммуникация (области пересечения и взаимодействия) // Язык современной публицистики / сост. Г. Я. Солганик. М.: Флинта : Наука, 2007. С. 67–98.
 8. Клушина Н. И. Медиастилистика : монография. М.: Флинта, 2018. 184 с.
 9. Коньков В. И. Медиаречь: содержание понятия и принципы анализа // Мир русского слова. 2016. № 3. С. 58–63.
 10. Остин Д. Слово как действие // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 17: Теория речевых актов. М.: Прогресс, 1986. С. 22–130.
 11. Панов В. И., Патраков Э. В. Цифровизация информационной среды: риски, представления, взаимодействия : монография. М.: Психол. ин-т РАО, 2020. 199 с.
 12. Полонский А. В. Медиалект: язык в формате медиа // Научные ведомости БелГУ. Сер. Гуманитарные науки. 2018. № 37 (2). С. 230–240.
 13. Помпеев А. Ю. «Виртуальная реальность» в современной культуре // Аналитика культурологии. 2006. № 2 (6). URL: <http://analiculturolog.ru/journal/archive/item/1736-виртуальная-реальность-в-современной-культуре.html> (дата обращения: 01.12.2022).
 14. Потапова Р. К., Варченко В. В. Медиатекст: вербальный и визуальный компонент // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе : межвуз. сб. науч. тр. Вып. 6. Орел, 2008. С. 263–271.
 15. Серль Дж. Р. Классификация иллокутивных актов // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 17: Теория речевых актов. М.: Прогресс, 1986. С. 170–194.
 16. Сиротинина О. Б. Медиалингвистика или медиастилистика? // Медиалингвистика. 2015. № 2 (8). С. 17–23.
 17. Хабермас Ю. Понятие индивидуальности // Вопросы философии. 1989. № 2. С. 35–40.
 18. Шмелева Т. В. Медиалингвистика как медийное речеведение // Медиатекст как полиинтенциональная система : сб. ст. / отв. ред. Л. Р. Дускаева, Н. С. Цветова. СПб.: СПбГУ, 2012. С. 56–61.

References

1. Vartanova, EL 2022, '«Chelovek mediynny» – novaya stupen' evolyutsii ili prilozheniye k gadzhetu?' («Homo media» - a new stage of evolution or an application to the gadget?) *Nauka i zhizn*, viewed 01 October 2022, <https://www.nkj.ru/open/27523> (In Russ.)
2. Dobrosklonskaya, TG 2020, *Medialingvistika: teoriya, metody`, napravleniya*. (Medialinguistics: theory, methods, directions), Dobrosvet publ, Moscow. (In Russ.)
3. Dunayeva, DO 2021, 'Diskursivnyye praktiki gorozhan kak kommunikativnyy mekhanizm formirovaniya obraza komfortnogo goroda (opyt polevogo issledovaniya)' (Discursive Practices of Citizens as a Communicative Mechanism for Forming the Image of a Comfortable City (Field Research Experience), *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sociologiya. Politologiya*, no. 60, viewed 01 December 2022, <http://://cyberleninka.ru/article/n/diskursivnye-praktiki-gorozhan-kak-kommunikativnyy-mehanizm-formirovaniya-obraza-komfortnogo-goroda-opyt-polevogo-issledovaniya> (In Russ.)
4. Duskayeva, LR 2014, 'Medialingvistika v Rossii: lingvopraksiologicheskaya dominant' (Media Linguistics in Russia: Linguopraxeological Dominant), *Medialingvistika* (Media Linguistics Journal), no. 1. pp. 5–15. (In Russ.)

5. Kablukov, EV 2010, 'Internet-media: spetsifika konstruirovaniya sverkhstekstov' (Internet media: the specifics of constructing supertexts) ed. E.A. Bazhenova, *Rechevedeniye: sovremennoye sostoyaniye i perspektivy*, 16-20 November 2010, Perm. gos. un-t publ, Perm, pp. 368–373. (In Russ.)
6. Kazak, MYu 2014, *Sovremennyy mediatekst: problemy identifikatsii, delimitatsii, tipologii* (Modern media texts: issues of identification, delimitation, and typology), *Medialingvistika* (Media Linguistics Journal), no. 1, pp. 65–76. (In Russ.)
7. Kakorina, EV 2007, 'SMI i Internet-kommunikatsiya (oblasti peresecheniya i vzaimodeystviya)' (Mass media and Internet communication (areas of intersection and interaction), *Yazyk sovremennoy publitsistiki*, Flinta, Nauka publ, Moscow, pp. 67–98. (In Russ.)
8. Klushina, NI 2018, *Mediastilistika: monografiya* (Medialinguistics: monograph), Flinta publ, Moscow. (In Russ.)
9. Konkov, VI 2016, 'Mediarech: sodержaniye ponyatiya i principy analiza' (Media speech: the content of the concept and principles of analysis), *Mir russkogo slova* (The World of Russian Word), no. 3, pp. 58–63. (In Russ.)
10. Ostin, D 1986, 'Slovo kak deystviye' (Word as action), *Novoye v zarubezhnoy lingvistike*, no. 17, pp. 22–130. (In Russ.)
11. Panov, VI & Patrakov, EV 2020, 'Tsifrovizatsiya informatsionnoy sredy: riski, predstavleniya, vzaimodeystviya' (Digitalization of the information environment: risks, perceptions, interactions), *Psikhol. in-t RAO publ, Moscow*. (In Russ)
12. Polonskiy, AV 2018, 'Medialekt: yazyk v formate media' (Medialect: language in media format), *Nauchnyye vedomosti BelGU. Seriya «Gumanitarnyye nauki»*, no. 37 (2), pp. 230–240. (In Russ.)
13. Pompeyev, AYu 2006 '«Virtualnaya realnost» v sovremennoy kulture' ("Virtual reality" in modern culture), *Analitika kulturologii*, no. 2(6), viewed 01 December 2022, http://tsu.tmb.ru/culturology/journal/6/pompeev1_2006.htm (дата обращения: 01.12.2022). (In Russ.)
14. Potapova, RK & Varchenko, VV 2008, 'Mediatekst: verbalnyy i vizualnyy komponent' (Media text: verbal and visual component), *Zhanry i tipy teksta v nauchnom i mediynom diskurse*, no. 6, Orel, pp. 263–271. (In Russ.)
15. Searle, JR 1986, 'A Classification of illocutionary act', *Novoye v zarubezhnoy lingvistike*, no. 17, Progress publ, Moscow, pp. 170–194. (In Russ.)
16. Sirotinina, OB 2015, 'Medialingvistika ili mediastilistika?' (Media linguistics or media stylistics?), *Medialingvistika* (Media Linguistics Journal), no. 2 (8), pp. 17–23. (in Russ)
17. Habermas, J 1989, 'Ponyatiye individualnosti' (An Intersubjectivist Concept of Individuality), *Voprosy` filosofii*, no. 2, pp. 35–40. (In Russ.)
18. Shmeleva, TV 2012, 'Medialingvistika kak mediynoye rechevedeniye' (Media linguistics as media speech science), *SPbGU publ, St. Petersburg*, pp. 56–61. (In Russ.)

Статья поступила в редакцию: 07.12.2022
Одобрена после рецензирования: 23.12.2022
Принята к публикации: 27.12.2022

The article was submitted: 07.12.2022
Approved after reviewing: 23.12.2022
Accepted for publication: 27.12.2022

Тульский научный вестник. Серия История. Языкознание. 2022. Вып. 4 (12). С. 53–61.
Tula Scientific Bulletin. History. Linguistics. 2022. Issue 4 (12). P. 53–61.

Научная статья

УДК 8.1751

<https://doi.org/10.22405/2712-8407-2022-4-53-61>

ЛСГ ПАРАМЕТРИЧЕСКИХ ИМЕН ПРИЛАГАТЕЛЬНЫХ В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ РУССКИХ И ТАДЖИКСКИХ ПИСАТЕЛЕЙ

**Шаъло Рахмоновна
Хасанова**

Таджикский национальный университет,
Душанбе, Таджикистан,
laylo.hasanov@mail.ru

Аннотация. Понятие о конкретном отрезке созерцаемой действительности неминуемо формирует понятие языковой картины мира, входящего в число фундаментальных понятий, выражающих характерные черты человека и его бытия, его взаимоотношений с миром, важнейшие условия его бытия в мире. Согласно мнению Е. С. Кубряковой, под языковой картиной мира мы понимаем особое образование, которое участвует в познании мира и задаёт образцы интерпретации усваиваемого. Целостность и системную организацию структуры ЛСГ обеспечивают антонимические и синонимические связи. Одной из таких групп в русском языке является ЛСГ параметрических имен прилагательных, которые объединены семантическим компонентом «размер». Специфика данных прилагательных заключается в том, что они дают характеристику разным признакам предметов, которые отличаются способностью к градуированию: баланд – высокий, паст – низкий, фарбеҳ – полный, нозукандом – стройный, кӯтоҳ – короткий, дароз – длинный. В статье исследованы анализ и презентация таджикских единиц, составляющих лексико-тематическую группу параметрических прилагательных, были проведены в рамках входящих в нее лексико-семантических групп прилагательных, поскольку именно качественные прилагательные дают возможность не только распознать те или иные качества человека, но и объединить их или противопоставить на основе качественной характеристики, отражая образ человека в сопоставляемых языках.

Ключевые слова: прилагательные, человек, образ, группа, качественные, русский язык, таджикский язык, таджикские единицы, картина мира, сопоставление, понятие.

Для цитирования: Хасанова Ш. Р. ЛСГ параметрических имен прилагательных в произведениях русских и таджикских писателей // Тульский научный вестник. Серия История. Языкознание. 2022. Вып. 4 (12). С. 53–61. <https://doi.org/10.22405/2712-8407-2022-4-53-61>

Сведения об авторе: Ш. Р. Хасанова – доцент, кандидат филологических наук, заведующий кафедрой общего языкознания, Таджикский национальный университет, 734025, Таджикистан, г. Душанбе, проспект Рудаки, 17.

Scientific Article

UDC 8.1751

<https://doi.org/10.22405/2712-8407-2022-4-53-61>

THE LEXICAL-SEMANTIC GROUP OF PARAMETRIC ADJECTIVES IN WORKS OF RUSSIAN AND TAJIK WRITERS

Sha'lo R. Khasanova

Tajik National University,
Dushanbe, Tadjikistan
laylo.hasanov@mail.ru

Abstract. The concept of a particular segment of the contemplated reality inevitably forms the concept of a linguistic worldview, which is among the fundamental concepts expressing the characteristic features of people and their being, their relations with the world, the most important conditions of their being in the world. According to E.S. Kubryakova, under the language worldview we understand a special formation, which participates in cognition of the world and sets patterns for interpretation of the acquired. The integrity and system organization in the structure of a lexical-semantic group (LSG) is provided by antonymic and synonymic connections. One of such groups in Russian is the LSG of parametric adjectives, united by the semantic component "size". The specificity of these adjectives lies in the fact that they characterize various features of objects that differ in their ability to grading: baland – high, past – low, farbekh – full, nozukandom – slender, kotoh – short, daroz – long. The article researches the analysis and presentation of the Tajik units that make up the lexico-semantic group of parametric adjectives, as it is qualitative adjectives that allow not only to recognize certain qualities of a person, but also unite or contrast them on the basis of qualitative characteristics, reflecting the image of a person in the compared languages.

Keywords: adjectives, human, image, group, qualitative, Russian language, Tajik language, Tajik units, worldview, comparison, concept.

For citation: Khasanova, SR 2022, 'The lexical-semantic group of parametric adjectives in works of russian and tajik writers', *Tula Scientific Bulletin. History. Linguistics*, issue 4 (12), pp. 53–61, <http://doi.org/10.22405/2712-8407-2022-4-53-61> (in Russ.)

Information about the Author: *Sha'lo R. Khasanova* – Associate Professor, PhD in Philology, Head of the Department of General Linguistics, Tajik National University, 17 Rudaki avenue, Dushanbe, 734025, Tadjikistan.

© Khasanova S. R., 2022

Введение

Лексическая система языка – это система взаимосвязанных и взаимообусловленных единиц. Единицей данной системы является слово как носитель лексического значения. Слова на основании различных признаков соединяются между собой в различные группы. Так лексико-семантические группы (далее – ЛСГ) образуют слова, связанные общностью значения. «Лексико-семантической группой именуется самая обширная по объёму организация слов, которые объединены базовым семантическим компонентом» [2, с. 256].

Представленная тема актуальна своей включенностью в проблематику современной антропоцентрической теории изучения языка; продуктивностью лексики, выражающей параметрические прилагательные, как в художественной литературе, так и в разговорной речи. Актуальность темы обусловлена также сложностью лексических единиц рассматриваемой тематической группы для восприятия и усвоения иностранцами, в силу характерных особенностей семантики, парадигматических и синтагматических отношений, отличительных черт прагматического элемента значения, национально-культурной самобытности употребления.

Весьма значительным представляется сопоставительный анализ таджикских параметрических прилагательных на фоне русского языка.

Результаты

Имена прилагательные играют важную роль в закреплении результатов когнитивной практики человека, так как закладывают основы в языковом сознании атрибутивного портрета окружающей действительности, с которого человек «перерисовывает» и образы реального мира.

Семантика прилагательных представляет знания о мире как совокупности воплотившихся в концепте «качество» признаков, вне которых объект не может быть репрезентирован сознанию человека. Качественные имена прилагательные служат «цветом и вкусом» нашей речи и нашему видению мира.

Целостность и системную организацию структуры ЛСГ обеспечивают антонимические и синонимические связи.

Обсуждение результатов

Одной из таких групп в русском языке является ЛСГ параметрических имен прилагательных, которые объединены семантическим компонентом «размер». Специфика данных прилагательных заключается в том, что они дают характеристику разным признакам предметов, которые отличаются способностью к градуированию: баланд - высокий, паст - низкий, фарбеҳ - полный, нозукандом - стройный, кӯтоҳ - короткий, дароз - длинный. Например: В **громадных** серых глазах её таился, как под пеплом, огонь, дунь на них – и пламя охватит всё лицо, а веснушки запылают, языки пламени лизнут лоб и волосы. [НКРЯ]; А оставшись ночевать, Кропин увидел такой сон: где-то в сельском клубе... или заводском (маленький он был, с тесной свеченной сверху сценой) какой-то человек, то ли председатель колхоза, то ли заводской начальник, стоя на сцене, – завернул **громаднейшую** фигуру. [НКРЯ]; Дверь распахнулась – и порог перешагнул **громаднейший** петух, ростом как раз с Шишка, то есть Ване по плечо... И был он настоящий красавец – грудь колесом, в огненном оперении, с разноцветным хвостом. [НКРЯ]. Параметрические имена прилагательные составляют порядковую шкалу, в центре которой находится представление о норме параметрического признака предмета, а крайними точками являются параметрические прилагательные, представляющие отношения контрарной антонимии (большой – маленький, толстый – тонкий, широкий – узкий, высокий – низкий, тяжёлый – лёгкий и т.д.). Семантика параметрических имен прилагательных основывается на представлении о параметре объектов как величине, значения которой служат для различения элементов некоторого множества между собой. Рассматривая вопросы

характеристики параметров человеческого внешности, Е. М. Урысон отмечает, что класс лексем, характеризующих человеческую фигуру с позиций его объема, достаточно велик, поскольку в нем функционируют не только понятия объема, но и в некоторой степени вещества, из которого состоит тело: мясо, жир, жидкость и вода [11, с. 245]. Согласно автору, с позиций русской языковой картины мира, норма – «это такое тело человека, в котором содержится определенное количество жидкости».

В тематической группе лексических единиц, характеризующих внешний вид человека, можно выделить и лексико-семантическую группу прилагательных, описывающих его фигуру.

В противовес прилагательным первой подгруппы, которые характеризуют оценку внешности человека, прилагательные этой подгруппы описывают параметры в целом. В некоторых случаях атрибутом выступает сам человек, а не те или иные его черты лица или части тела.

Для прилагательных, употребляющихся при характеристике человека посредством оценки его наружности в целом, такое значение является одним из многих, а иногда из периферийных. Например, малый академический словарь отмечает семь значений прилагательного **высокий** и только в первом значении, данное прилагательное может использоваться для описания внешности человека.

Прилагательное таджикского языка **қадбаланд, қоматбаланд** – *высокий* при переводе с русского на таджикский становится сложным. В таджикском языке слово «**қадбаланд**» имеет значение – большой по протяженности, высокий рост, длинный: *Аз мобайн қариб як-якуним соат вақт гузашта буд, ки билохир дари блиндаж кушода шуда генерали қоматбаланди дар сар телтаки қароқули, дар тан пустини чармин даромада омад.* (Ф. Ниёзи., с. 4).

Многозначность прилагательных рассматриваемой подгруппы и расплывчатость их значений в связи с описанием внешности человека, даёт основание выявить среди них большие синонимические ряды, иногда внутрисистемные. Например, прилагательные **қаддароз** – *высокий*, **қадбаланд** – *высокий*, **шамшодқомат, алифулқад, баландболо** – *высокий* и *стройный*, сочетаясь с существительным **человек** могут характеризовать человека не только толстого, но и высокого: *Духтар пешопеши ман мерафт. Баландболо, бо пои расову гесувони сиён, либосҳои фарангии фофо, аз онъоест, ки аз пушти сарашон мебиниву мегӯӣ, чеърааш нам ба якин ӯаст зебо* [Баъманёр, Шоъаншоъ, 5]. – *Девушка шла впереди меня. Стройная, со статными ногами, черными косами, в шелковой одежде, она принадлежала к тому типу людей, посмотрев в затылок которым думаешь, что и лицом наверняка прекрасны* [X.Ш.].

ЛСГ параметрических имен прилагательных качественно неоднородна и имеет иерархическую структуру: ядерную зону, околоядерную зону и периферию. В ядерную зону входят имена прилагательные большой – маленький и их синонимы, которые отличаются стилистически или элементами семантики, характеризующими степень проявления обозначенного признака например: **маленький – небольшой, крохотный; большой – громадный, грандиозный, колоссальный, невероятный, огромный**: *Дар ҳамаи вагонҳо зуд хабари нохуше паҳн шуд, ки роҳзанони атаман Дутов якчанд чакрим дуртар дар масофаи хеле калон рохро вайрон кардаанд* [7, с. 8]; *Зимнан, бинандағони он замон дарвозаи басирати тавонои соҳибашон будани онҳоро нашинохта аз сурати зоҳирии чехраи хурду чашмони бузург изҳори тааҷҷуб ва шӯҳихои калонгирона менамуданд; Лекин Мирҳайдар ва Азиз ба ин корҳо монёв шуданд ва қарор доданд, ки тӯйро дар ҳавлии домод – яъне дар ҳавлии Зафар (чунки калонтар ва имконияташ бештар буд) гузаронанд* [НКТЯ].

В околоядерную зону ЛСГ параметрических имен прилагательных входят слова, обозначающие физические признаки, которые поддаются точному измерению

высокий – низкий, широкий – узкий, тяжелый – легкий, толстый – тонкий, длинный – короткий, глубокий – мелкий. Данные имена прилагательные можно разделить на группы: «высота», «ширина», «толщина», «вес», «длина», «глубина». Несмотря на то, что данные параметрические имена прилагательные можно точно измерить, они все равно оцениваются лишь приблизительно, путем сравнения со средними характеристиками других объектов.

К периферии относятся параметрические имена прилагательные в их переносном значении. Такие имена прилагательные используются для характеристики психических и ментальных состояний. Основой появления переносного значения у параметрических имен прилагательных является метафоризация, которая переносит размерные характеристики параметрических имен прилагательных на область измеряемых объектов, которые не измеряются (низкая ограда – низкий поступок, тонкий стебель – тонкий намек и т. п.).

Структурные особенности лексико-семантической группы параметрических имен прилагательных мы рассмотрим на примере романа Рахима Джалила «Шураб», по данным национального корпуса таджикского языка и национального корпуса русского языка. Анализ показал, что в текстах активно употребляются имена прилагательные, входящие в ядерную зону: имя прилагательное «большой» выступает в значении «значительный по размерам, по величине, силе» [1, с. 54]: Деҳаи калони бо дашт ихотаёфта асосан дар баландие воқеъ гардида буд, ки аз он ҷо ҳама ҷониб чун дар рӯи каф менамуд [С-13.] Поэтому здесь формируется синонимический ряд **баланд-боло - қаддароз-қадбаланд – шамшодқомат – алифулқад - афрохтақомат**. Следует отметить, что в данном случае мы имеем дело с контекстуальными синонимами, поскольку контекст может конкретизировать, какой оттенок значения, какой признак преобладает и подчеркивается больше.

Специфика прилагательных, характеризующих внешний облик человека при помощи оценки его наружности в целом, заключается и в том, что в противовес прилагательным первой подгруппы, прилагательные второй подгруппы описывают человека, основываясь на относительной оценке признаков наружности. Например, прилагательные в сочетаниях **марди қадбаланд – высокий человек; марди азимчусса - крупный человек; марди қаддароз – рослый мужчина** и т.п. описывают портретируемого ими человека с позиций той или иной социально обусловленной нормы, сравнительно другого человека, который в этом случае служит своего рода идеалом: Дар пеши дари хавлӣ боз ҳамон денҷики **қадбаланди** зардмӯй ва дар рӯи серғушташ доғҳои зарди кунҷитақдошта намудор шуд [12, с. 191]. – В калитке снова показался **громдного роста** денҷик с палевой головой и с палевыми веснушками на мясистом лице [11, с. 126].

В романе представлены синонимы имени прилагательного большой: Интизор меравад дар ҷараёни сафари ҳоло давомдори президент 45 иншооти гуногун мавриди баҳрабардорӣ қарор дода шавад, ки маълум аст, аксари онҳо корхонаи **калон** нестанд... [НКТЯ]; *С большим уважением отношусь к личностям, способным, вопреки всеобщим, по большей части надуманным, материальным ценностям, продолжать жить в соответствии со своими личными убеждениями.* [НКРЯ]. В художественном тексте также представлены синонимы имени прилагательного маленький: Кстати, очень даже может быть, что он просто не задумывается об этом, может он просто не понимает ее необходимости в *маленьких* знаках внимания... [НКТЯ]; Ҳоло дар ин минтақа диққати маҳсус ба дастгирии тичорати **хурд** ва соҳибкорӣ, фароҳам овардани шароит барои истеҳсоли маҳсулоте, ки дар бозори дохилӣ ва берунӣ рақобатбардор аст ва аз ин ҳисоб ташкил кардани ҷойҳои нави корӣ, дода мешавад [НКТЯ].

Группу «высота» представляют имена прилагательные высокий – низкий, являющиеся антонимами. Имя прилагательное высокий выступает в значении «большой по протяжённости снизу вверх или далеко расположенный в таком направлении» [1, с. 115]: Или спелеологи готовятся залезть в самую глубокую пещеру, чтоб на предельной глубине, или альпинисты..., чтоб на самой **высокой** вершине... тащить с собой бутылку шампанского, долго тащить, а потом, ровно в двенадцать часов, на вершине..., чтобы почувствовать.[НКРЯ] Впрочем, гораздо раньше, буквально на заре эволюции геологический лик Земли уже изменяли другие колониальные организмы – цианобактерии, образовавшие огромные *каменные* подушки, строматолиты.[НКРЯ]; Чуз таhti **сангин**, пояи зарин ва тобути тиллой чизи дигаре пайдо накард.[НКТЯ] Имя прилагательное низкий выступает в значении «малый по высоте, находящийся на небольшой высоте от земли, от какого-нибудь уровня» [1, с. 401]: «низкие, ростом с годовалого ребенка». Группу «ширина» представляют имена прилагательные широкий – узкий, являющиеся антонимами. Имя прилагательное широкий выступает в значении «имеющий большую ширину, большой в поперечнике; просторный» [1, с. 863]: Имя прилагательное узкий выступает в значении «небольшой в ширину, в поперечнике» [1, с. 795]: Фарқияти Наврӯзи замони шӯравӣ аз давраи Истиқлолият дар он аст, ки ҳукуматдорон ба ин ид диққат намедоданд, дар доираи хеле **танг** таҷлил гардидани он аз танзими вақт буд [НКТЯ]; При этом наиболее *узким* местом является механизм планирования действий, поскольку применяемые в настоящее время методы не обладают свойством массового параллелизма – «проклятие размерности», не позволяющее решать задачи практической сложности [НКТЯ]; Ещё полвека назад Чесапикский залив – *узкая*, длинная бухта у побережья американских штатов Мэриленд и Виргиния (её длина достигает 270 километров) – считался сущим раем для морских коньков [НКРЯ].

Группу «толщина» представляют имена прилагательные толстый – тонкий. Имя прилагательное толстый выступает в значении «большой в объёме, в поперечнике» [1, с. 768]: Пас ту, пиразол,душманонатро дӯст пиндоштай,-писханд мезад ба ў марди каландриш,ки аз зери мӯйлаби ғафс даҳони бедандонаш базӯр менамуд [7, с. 5]; Имя прилагательное тонкий выступает в значении «небольшой в поперечнике, в объёме» [1, с. 768]: Его *тонкая*, но напористая игра позволяет ему отражать молнии с двух сторон –и от «родной» немецкой разведки с Шелленбергом и Гиммлером во главе, и от управления внутренних дел, где свирепствует подотчётный Борману Мюллер [НКРЯ].

Группу «вес» представляют имена прилагательные тяжелый – легкий являющиеся антонимами. Имя прилагательное тяжелый выступает в значении «имеющий большой вес, отягощающий» [1, с. 786]: Меня уже тогда как-то заинтересовало то, что, как правило, уборщиками на самых *тяжелых* и грязных местах, например, очистка накопителей фекалий железнодорожных вагонов, ночная мойка железнодорожных вагонов и т. п.... выполняется Вашими соотечественниками [НКРЯ]; Нельзя не сказать и о таком *тяжёлом* медленно прогрессирующем дегенеративном заболевании, вызываемым этим вирусом, как подострый склерозирующий панэнцефалит Имя прилагательное легкий выступает в значении «незначительный по весу, не отягощающий» [НКРЯ].

Группу «длина» представляют имена прилагательные длинный – короткий являющиеся антонимами. Имя прилагательное длинный выступает в значении «имеющий большую длину, протяжение» [1, с. 162]: «длинные ветви лежат аккуратными вязанками». Имя прилагательное короткий выступает в значении «небольшой в длину» [1, с. 287]: «она поправляет короткие рыжие локоны».

Группу «глубина» представляют имена прилагательные глубокий – мелкий. Имя прилагательное глубокий выступает в значении «имеющий большую глубину,

простирающийся на большую глубину» [1, с. 128]: «муж с женой пробираются по глубоким, выше колена, плотным сугробам». Имя прилагательное мелкий выступает в значении «небольшой по глубине» [1, с. 336]: пальцы растапливают лед в мелких ямках ташкиля».

В текстах представлены параметрические имена прилагательные, относящиеся к периферии: Рохбари давлатамон, баробари даъват ба **чуқур** омӯхтани таърих, мероси аҷдоди бузург, такроран таъкид менамояд, ки чихатҳои ибратомӯз, ҳаёт ва фаъолияти шахсони бузургро, ки ифтихори моянд, ба насли ҷавон ҳаматарафа омӯзонем. [НКТЯ]; Хусусан дар чунин шароити вазнин аз култиваторҳо дар дараҷаи баланд босамар истифода намудан, заминро **чуқур** нарм кардан, ягонакунии майда, мубориза бар зидди зараркунандагони хоҷагии қишлоқ ва ба корҳои назорат бо масъулияти ҷавулодда муносибат намуданро талаб намудан қайд гардид. Иброҳимбек аз нав хомӯш монда, ба рӯи Усмон Азиз, ки ҳамон рост меистод, назари озмоиш дӯхт ва як нафаси **чуқур** кашида, ин дафъа ба овози бисёр мулоим гуфт: [НКТЯ]. Некоторые из представленных прилагательных широко используются для характеристики голоса и внешности человека: Начиная от *низкого* социального статуса и дыры в кармане и заканчивая физиологической неспособность осуществлять «определенную деятельность» из-за особенностей развития организма [НКРЯ]; Литература – это далеко не только восхваление «высокого и блестящего», написанного в честь замечательных родных или абстрактные рассуждения о высоких и *низких* материях, а это – литературное произведение, а не выложенная на прилавок автобиография. [НКРЯ]; Аз бонувони ҷумҳурӣ даъват мекунам, ки аз рӯймолу куртаву дигар либоси миллии хеш рӯй нагардонанд, зеро зани тоҷик маҳз бо ҳамин гунна либос нозанину боиффат аст. Агар либоси миллатҳо мазмуни хоси худро намедошт, ҷаро яке дароз ва дигаре кӯтоҳ, сеюмӣ **васеъ** ва чорумӣ шинам дӯхта мешаванд? [НКТЯ]; Дар меҳмонхонаи ёздаҳболор, ки тирезаҳои шишақори кабуд дошт ва бо ду лампаи калони овеза равшан гашта буд, панҷ-шаш нафар гирди дастухони **васеъ** ва пур аз нозу неъмат нишаста сӯхбат мекарданд, дар поении хона се нафар машшоқу ҳофиз нишаста ҳунари худро нишон медоданд [НКТЯ]; Дар ҳоле ки дар Ўзбекистони ҳамсоя ин анъанаро ба таври **васеъ** нигоҳ доштаанд ва тоқиро низ моли худ меҳисобанд ва замоне мешавад, ки барои ин тоқии чоргула ҳамчун як ҷузъиёти фарҳангӣ бо онҳо дар баҳс мешавем [НКТЯ]; Ягон сад қадам роҳ гашта будем, ки ба лаби як селроҳаи **васеъ** ва ҷуқуре расидем ва поён нигоҳ карда дидем, ки дар он канори селроҳа як авули сафед истодаасту дар наздикии он галаи бузу гӯсфанд чарида гаштааст [НКТЯ].

Заклучение

Таким образом, лексико-семантическая группа параметрических имен прилагательных включает в себя прилагательные, которые объединены семантическим компонентом «размер». Структурные особенности лексико-семантической группы параметрических имен прилагательных мы рассмотрели на примере текстов из художественных произведений таджикского и русского языков. В текстах широко представлены параметрические имена прилагательные, входящие в ядерную зону и околоядерную зону рассматриваемой лексико-семантической группы и связанные между собой антонимическими и синонимическими отношениями.

Список источников и литературы

1. *Иқромӣ Дҷ.* Духтари оташ. Фасли дуйум: Дарбадарӣ [Дочь огня. Второй раздел: Скитание]. Душанбе: Адиб, 2009. 560 с.
2. *Иқромӣ Дҷ.* Духтари оташ [Дочь огня] : роман / [рас. 1. Королёва]. Душанбе: Ирфон, 1983. 528 с.

3. *Икрами Дж.* Двенадцать ворот Бухары : трилогия / [пер. с тадж. Л. Бать, В. Смирновой, М. Явич]. М.: Сов. писатель, 1987. 768 с.
4. *Икрами Дж.* Дочь огня / [пер. В. Смирновой]. М.: Известия, 1965. 456 с.
5. *Горький М.* Мать : роман. Ч. 1-2. М.: Дет. лит., 1982. 167 с.
6. *Горький М.* Модар [Мать] : роман / [пер. Р. Хошим]. Душанбе: Адиб, 1989. 400 с.
7. *Рахим Дж.* Асарҳои мунтахаб. Т. 2: Шураб. Душанбе: Ирфон, 1967. 475 с.
8. *Толстой Л. Н.* Война и мир : роман-эпопея. Т. 1-2. М.: Худож. лит., 1983. 832 с.
9. *Ожегов С. И.* Толковый словарь русского языка: более 100000 слов, терминов и фразеологических выражений. 28-е изд., перераб. М.: Мир и образование, 2012. 1376 с.
10. *Современный русский язык: Теория. Анализ языковых единиц : учеб. для студ. высш. учеб. завед. Ч. 1 : Фонетика и орфоэпия. Графика и орфография. Лексикология. Фразеология. Лексикография. Морфемика. Словообразование / под ред. Е. И. Дибровой. М.: Академия, 2008. 479 с.*
11. *Урысон Е. В.* Понятие нормы в метаязыке современной семантики (параметры человеческого тела с точки зрения русского) // Слово в тексте и в словаре : сб. ст. к семидесятилетию акад. Ю. Д. Апресяна. М.: Яз. рус. культуры, 2000. С. 243–252.
12. *Фадеев А. А.* Молодая гвардия. Кн. 1-2. М.: Просвещение, 1982. 528 с.
13. *Фадеев А. А.* Гвардияи ҷавон [Молодая гвардия] : роман / [пер. Ҳ. Ахрорӣ]. Душанбе, 1985. 456 с.

References

1. Ikromi, Dzh 2009, *Духтари оташ. Фасли дуйум: Дарбадарӯ [Doch ognya. Vtoroy razdel: Skitaniye]* (Daughter of Fire. section Two: Wandering), Adib publ, Dushanbe (In Tajik)
2. Ikromi, Dzh 1983, *Духтари оташ [Doch ognya]* (Daughter of Fire), Irfon publ, Dushanbe (In Tajik)
3. Ikromi, Dzh 1987, *Dvenadtsat vorot Bukhary : trilogiya* (Twelve gates of Bukhara: trilogy), trans. L Bat, V Smirnova, M Yavich, Sov. pisatel publ, Moscow (In Russ.)
4. Ikromi, Dzh 1965, *Doch ognya* (Daughter of Fire), trans. V Smirnova, Izvestiya publ, Moscow (In Russ.)
5. Gorkiy, M 1982, *Mat* (Mother), Det. lit publ, Moscow (In Russ.)
6. Gorkiy, M 1989, *Модар* (Mother), trans. R Khoshim, Adib publ, Dushanbe (In Tajik)
7. Rakhim, Dzh 1967, *Асарҳои мунтахаб* (Selected texts), vol. 2, Шураб, Irfon publ, Dushanbe (In Tajik)
8. Tolstoy, LN 1983, *Voyna i mir* (War and Peace), vol. 1-2, Khudozhestvennaya literatura publ, Moscow (In Russ.)
9. Ozhegov, SI 2012, *Tolkovyy slovar russkogo yazyka: boleye 100000 slov, terminov i frazeologicheskikh vyrazheniy* (Dictionary of the Russian Language), 27th edn, Mir i obrazovaniye publ, Moscow (In Russ.)
10. Dibrova, EI (ed) 2008, *Sovremennyy russkiy yazyk: Teoriya. Analiz yazykovykh yedinits* (Modern Russian: Theory. Analysis of language units: textbook), Fonetika i orfoepiya. Grafika i orfografiya. Leksikologiya. Frazeologiya. Leksikografiya. Morfemika. Slovoobrazovaniye (Phonetics and orthoepy. Graphics and spelling. Lexicology. Phraseology. Lexicography. Morphemics. Word formation), part 1, Akademiya publ, Moscow (In Russ.)
11. Uryson, EV 2000, 'Ponyatiye normy v metayazyke sovremennoy semantiki (parametry che-lovecheskogo tela s tochki zreniya russkogo)' (The norm in the metalanguage of modern semantics (parameters of the human body from the Russian perspective), *Slovo v tekste i v slovare : sb. st. k semidesyatiletiiyu akad. Yu. D. Apresyana* (Word in the text and in the dictionary: a collection of articles on the seventieth anniversary of Academician Yu. D. Apresyan), Yazyk russkoy kultury publ, Moscow (In Russ.)
12. Fadeyev, AA 1982, *Molodaya gvardiya* (The Young Guard), vol. 1-2, Prosveshcheniye publ, Moscow (In Russ.)
13. Fadeyev, AA 1985, *Гвардияи ҷавон* (The Young Guard), trans. Ҳ. Ахрорӣ, Dushanbe (In Tajik)

Статья поступила в редакцию: 22.11.2022
Одобрена после рецензирования: 23.12.2022
Принята к публикации: 27.12.2022

The article was submitted: 22.11.2022
Approved after reviewing: 23.12.2022
Accepted for publication: 27.12.2022