

Тольятти
№3 2016
Том 1
Филологические науки

ББК 80 я54



12+

Филологические науки

НАУЧНЫЙ
ЖУРНАЛ

Вестник
Волжского
университета
имени В.Н. Татищева

Основан в 1998 году

№ 3 (21) в 2-х томах, том 1, 2016
сентябрь 2016 г.

Журнал включен в Перечень ведущих рецензируемых журналов и научных изданий, утвержденный Президиумом ВАК Министерства образования и науки РФ, в которых публикуются основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени доктора и кандидата наук

С аспирантов плата за публикации не взимается

УЧРЕДИТЕЛЬ: Образовательная автономная некоммерческая организация высшего образования «Волжский университет имени В.Н. Татищева» (институт)

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР: к.т.н., доцент О.Ю. Федосеева

НАУЧНЫЙ РЕДАКТОР: к.ю.н., доцент И.И. Царьков

ОТВЕТСТВЕННЫЙ РЕДАКТОР: к.п.н., доцент С.В. Стацук

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ: д.п.н., профессор Ю.А. Кустов, д.ф.н., профессор О.М. Скибина; д.ф.н., профессор И.В. Цветкова; д.ф.н., профессор М.В. Шкондин; д.ф.н., доцент Г.Л. Денисова; к.п.н., доцент Т.Б. Исакова; к.ф.н., доцент С.Н. Лебедева; к.ф.н., доцент Т.Б. Стариннова

EDITOR-IN-CHIEF: O.Yu. Fedoseeva, Candidate of Technical Sciences, associate professor

SCIENTIFIC EDITOR: I.I. Tsarkov, Candidate of Law Sciences, associate professor

EDITOR-IN-CHIEF OF SERIES: S.V. Statsuk, Candidate of Pedagogical Sciences, associate professor

EDITORIAL BOARD: Yu.A. Kustov – Doctor of Pedagogical Sciences; O.M. Skibina - Doctor of Philological Sciences; I.V. Tsvetkova – Doctor of Philosophy Sciences; M.V. Shkondin - Doctor of Philological Sciences; G.L. Denisova - Doctor of Philological Sciences; T.B. Isakova – Candidate of Pedagogical Sciences; S.N. Lebedeva – Candidate of Philological Sciences; T.B. Starinnova - Candidate of Philological Sciences

Редколлегия журнала может не разделять точку зрения авторов публикаций. Ответственность за содержание статей и качество перевода аннотации несут авторы публикаций.

Адрес редакционной коллегии:
445020, г. Тольятти,
ул. Ленинградская, 16, каб. 203а
Тел.: 8(8482) 48-73-07, 28-84-58
E-mail: apnp@vuit.ru, info@vuit.ru
Сайт: www.vuit.ru

ISSN2076-7919

Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи и массовых коммуникаций. Свидетельство о регистрации средства массовой информации

ПИ № ФС77-35612 от 12.03.2009 г.

Подписной индекс ОАО Агентство «Роспечать» **66016**

Редактор – *Р.Т. Попова*
Компьютерная верстка – *И.А. Чиргадзе*

Подписано к печати 18.09.2016.
Формат 60х84/8. Бумага офсетная.
Гарнитура TimesNewRoman.
Печать офсетная. Усл. п.л. 24,3.
Тираж 500 экз. Заказ № 154.
Отпечатано в типографии ВУиТ
445020, г. Тольятти,
ул. Ленинградская, 16

© Авторский коллектив, 2016

© Волжский университет имени В.Н. Татищева, 2016

Содержание

ЗАРУБЕЖНАЯ ФИЛОЛОГИЯ

<i>Андреюшкина Т.Н.</i> Барочная инвентаризация мира в немецкой поэзии: движение по вертикали.....	5
<i>Арсентьева Ю.С., Арсентьева Е.Ф.</i> Использование контекстуально нетрансформированных фразеологизмов-эвфемизмов в английском и русском языках	16
<i>Денисова Г.Л.</i> Репрезентация концепта LOVE в старых английских валентинках	23
<i>Мартыненко Н.К.</i> Вопрос мифического образа Лилит в произведении А. Кантор «Иудаизм и женщина в свете феминизма»	31
<i>Матвеева Ю.О.</i> Межъязыковые соответствия фразеологических единиц с компонентом – музыкальным термином в английском и русском языках.....	38
<i>Позняк Л.П., Звада О.В.</i> Художественный концепт REVENGE в романах С. Шелдона.....	46
<i>Стариннова Т.Б., Новоселова И.В.</i> Лингвокультурологический аспект переводной англоязычной литературы (на примере перевода на английский язык произведения Кавабата Ясунари «The sound of the mountain»).....	54
<i>Хасанова З.С.</i> Модели номинации, реализуемые в англоязычных терминах и профессионализмах сферы искусствоведения.....	59

ОТЕЧЕСТВЕННАЯ ФИЛОЛОГИЯ

<i>Гейдарова Э.А.</i> К вопросу о ключевых идеях русской лингвокультуры (на материале русского островного говора Азербайджана)	71
<i>Дмитриева У.М.</i> Арзамасские мотивы в сне Татьяны	78
<i>Карамова А.А.</i> Манипулятивный потенциал грамматических средств в современном политическом дискурсе	84
<i>Поздняков К.С.</i> Переосмысление элементов поэтики классического детектива в повести А. Козачинского «Зелёный фургон»	91

ЖУРНАЛИСТИКА И МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ

<i>Баканов Р.П.</i> Приемы работы на аудиторию в творчестве телевизионных критиков «Комсомольской правды» и «Труда».....	98
<i>Баранова Е. А.</i> Новые формы предоставления контента на сайтах российских газет	116
<i>Жилавская И.В.</i> Качество журналистики как медиаобразовательная проблема	121
<i>Иванов А.Д.</i> Чат-бот в Telegram и ВКонтакте как новый канал распространения новостей	127
<i>Ильинская А.А.</i> Цели и тематика первой афро-американской газеты <i>FREEDOM'S JOURNAL</i>	134
<i>Куличкина Г.В.</i> Энергетическая пресса в регионе: особенности типологии и функционирования (на примере пермского регионального журнала «Энергосбережение и проблемы энергетики Западного Урала» за 2014 -2015 годы).....	143

<i>Лебедев А.А.</i>	
Семантика концепта «патриотизм» в новостном дискурсе телеканала «Звезда».....	152
<i>Пастухова Б.П.</i>	
Формы и методы освещения туристической индустрии в России на примере интернет - СМИ.....	160
<i>Смирнова О. В.</i>	
Местные газеты в новых технологических условиях.....	166
<i>Фролова Т.И.</i>	
Лучшие практики в социальной журналистике: содержание и перспективы профессиональных открытий.....	173
<i>Шкондин М.В., Замотина Н.Н.</i>	
Региональная печать: структурные характеристики (на примере изданий Красноярска).....	183
Сведения об авторах.....	193

УДК: 821.112.2
ББК: 83.3(4Нем)
А657

Андреюшкина Т.Н.

БАРОЧНАЯ ИНВЕНТАРИЗАЦИЯ МИРА В НЕМЕЦКОЙ ПОЭЗИИ:
ДВИЖЕНИЕ ПО ВЕРТИКАЛИ

Andreiuschkina T.N.

BAROC INVENTORISATION OF WORLD IN GERMAN POETRY:
VERTICAL MOVEMENT

Ключевые слова: поэтологическая поэзия, шпрух, сонет, эпиграмма, эпитафия, антиномический ряд, стихотворные формулы, алфавитный каталог, женский список.

Keywords: poetological poetry, Spruch, sonnet, epigram, epitaph, antinomic row, verse formulas, alphabet catalog, women list.

Аннотация: в статье анализируются стихотворения-каталоги в немецкой поэзии эпохи Барокко: их жанры, художественные образы, поэтика. Поэзия Барокко определяется Тридцатилетней войной, которая формирует мышление поэтов, воспринимающих мир в движении, и нередко единственной опорой человеку в нем становится вера в бога.

Abstract: the article studies verse catalogs in the German baroque poetry: their genres, poetical images, poetic. Baroque poetry is determined of the Thirtieth war, which had formed poetical thinking and reception of the changing world and often there was only support for the people – the Christian religion.

Поэзия XVII в. продолжает расширять круг тем, внедрять новые жанры и предлагать новые каталоги, которые будут использоваться и в более поздние периоды литературы. Расширяются горизонты представлений человека о мире, и ход времени воспринимается им особенно остро. Мир, в отличие от Средневековья, понимается не как статичное образование, а приобретает подвижность, динамику. Тридцатилетняя война, несущая разрушение городов и гибель людей, приводит барочных поэтов к мысли о скоротечности человеческой жизни. Религиозные распри заставляют искать опоры в моральных ценностях, в культуре и в вере в бога. Отсюда преобладание вертикальной направленности поэтической мысли поэтов барокко. О поэзии барокко существует немало исследований¹, появились и работы, касающиеся

каталогов в литературе², но наличие лирических каталогов в барочной поэзии и их характеристика никогда не были предметом исследования зарубежных и отечественных исследователей. В данной статье будут впервые собраны барочные лирические каталоги, проанализированы основные жанры, использующие приемы инвентаризации, и ключевые поэтические образы барочных списков, а также художественные приемы их создания. Барочные поэты, изображая реальность XVII в., развивают уже известные жанры предшествующих эпох (шпрух, эпиграмма, эпитафия, альба, псалм)

¹ Вельфлин. Ренессанс и барокко / пер. Е.Г. Лундберга; под ред. Е.Н. Козиной. – СПб, 2004; Михайлов А.В. Жанр эмблемы в литературе барокко. Внутренняя устроенность: слово и образ / Теория литературы. Роды и жанры. В 3 т. Т. 3. – М., 2003; Маркин А. «И сей красотой полон круг земной». Поэзия немецкого барокко // Иностранная литература, 2006. № 2. С. 200-214; Костарева Н.Л. Сонетное искусство Андреаса Грифиуса (к проблеме немецкого барокко и история сонета в Германии. Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. СПб, 2006.; Рахманина О.С. Немецкая поэзия XVII века: теория и художественная практика: дис. ... к.филол.н.: защищена

12.04.2002 / О.С. Рахманина. – М., 2002; Kleine literarische Formen in Einzeldarstellungen. – Stuttgart: Philipp Reclam jun., 2002; Lyriktheorie: Texte von Barock bis zur Gegenwart/ Hg. v. L. Völker. – Stuttgart: Philipp Reclam jun., 1990; Rothmann K. Kleine Geschichte der deutschen Literatur. 19., erweiterte Auflage. – Stuttgart: Philipp Reclam jun., 2009.

² Кучумова, Г.В. Немецкоязычный роман 1980-2000 гг.: курс на демифологизацию. – Самара: Самар. гуманит. акад., 2009; Жолковский, А.К. Каталоги. А.К. // Zvezda/2014/6/zholl-pr/html (дата обращения 28.05.2016); Таньчук, Р. Искусство коллекционирования. Коллекционирование как форма культуральной активности/ пер. с польск. – Харьков: Изд-во «Гуманитарный центр», 2016; Shvabrin, Stanislav. The Burden of Memory: Mikhail Kusmin as Catalog Poet // The many Facets of Mikhail Kusmin: A Miscellany / Ed. Lada Panova. – Bloomington, 2011. – P. 3-25.

и осваивают новые жанры, доводя их до совершенства (эмблема, сонет, стихотворение на случай, поэтологическое стихотворение, стихотворение-алфавит). Анализ характера каталогизации в барочной поэзии начнем с религиозной лирики, которая занимала важное место в литературе Барокко, а также со стихотворений-посвящений «земным богам», включающих в себя эпиграммы, рассмотрим стихотворения о временах года и суток (весенние, утренние, вечерние, зимние и примыкающие к ним эпитафии), а также широко представленные в барочной поэзии литературные и женские списки.

В шпруге Силезиуса (Иоганн Шефлер, 1624-1677) «Непознанный бог» (1656) бог, еще не познанный человеком, определяется через категории, которые прямо противоположны божественным: «Er ist nicht Licht, nicht Geist, / Nicht Wahrheit, Einheit, Eins, nicht was man Gottheit heißt. / Nicht Weisheit, nicht Verstand, nicht Liebe, Wille, Güte, / Kein Ding, kein Unding auch, kein Wesen, kein Gemüte»¹. Человек, не познавший бога, слеп и ему еще только предстоит открыть для себя тайны мира и своей души.

В 1657 г. Силезиус издал сборник из шести книг (по числу дней творения бога), пять из которых содержат эпиграммы, а шестая – десять сонетов (число совершенства и завершенности, «венец творения», «символ красоты»²). Его сонет «Как бог в святой душе» напоминает нам о поэте-мастере знаменитых двустий «Странствующего херувима». В сонете рамка из двух вопросов охватывает развернутое в различных образах сравнение, читаемое как единое целое. Уже вторая строка задает композицию сонета-эмблемы³: в ее центре находится образ бога, а от него лучами расходятся топосы-притчи, изображающие бога, то как короля на троне, то как учителя в школе, то как «дорогое сокровище на пахотном поле», то как «дорогого гостя в прекрасном шатре»⁴ (отметим, что образ шатра, или

палатки – Zelt – является ключевым для стихотворения-инвентаризации и появится в эпохальном стихотворении середины XX века «Инвентаризация» Г. Айха⁵).

Религиозная поэтесса К.Р. фон Грайфенберг (1633-1694) дает список именованного бога в сонете «На радостное и чудесное воскресение Христа» (1662), объясняя невозможность его смерти: это «эц-дух», «источник солнца», «центр», «князь жизни», «сильный лев»⁶. В сонете К.Р. Грайфенберг «О невыразимой святости схождения духа» (1662) перечисляется ряд проявлений божественного в человеческом духе: «чудесный ветер», «трепещущее существо», «вечная сила дыхания», «эц-бытие»⁷. И многие строки сонета имеют одинаковый зачин. Четыре строки начинаются формулой: Du ..., три – es ist ..., четыре – союзами das, die; три – артиклями die, der, den. Примечательно, что строфы в упомянутом сонете-инвентаризации Айха имеют такие же зачины.

Во многих барочных стихотворениях-псалмах можно встретить обращение к богу через перечислительный ряд, называющий его качества и становящийся структурообразующим компонентом стихотворения. Так, все пять строф псалма Й. Неандера «Восхваляющий» имеют одинаковое начало:

Lobe den Herrn, den mächtigen König der Ehren,
Meine geliebte Seele, (...)

Lobe den Herren, der alles so herrlich regieret,
Der dich auf Adels Fittichen sicher führet⁸.

Сонеты А. Грифиуса (1616-1664) содержат разного рода каталоги жизни эпохи Барокко. В сонете «О рождении Иисуса» (1643) с помощью акростихов поэт перечисляет слова, передающие смену тьмы светом в ту святую ночь, когда родился Христос:

Nacht mehr den lichte nacht! nacht lichter als der tag/
Nacht heller als die Sonn' in der das licht gebohren/

⁵ См. Андреюшкина, Т.Н. Стихотворение-инвентаризация в поэзии Ж. Превера, М. Калеко, Г. Айха и Р. Гернхардта: сопоставительный анализ // Вестник Пермского университета. 2014. № 3. – С. 154-160.

⁶ Greiffenberg C.R. Auf die Fröhlich- und Herrliche Auferstehung Christi // Deutsche Lyrik. Bd. 4. – S. 248.

⁷ Greiffenberg C.R. Über das unaussprechliche Heilige Geistes-Eingeben // Deutsche Lyrik. Bd. 4. – S. 248.

⁸ Neander J. Der Lobende // Ibid. – S. 107-108. – «Хвали господа, могучего короля чести, / мою возлюбленную душу // Хвали господа, который всеми великолепно правит, / Который уверенно несет тебя на крыльях орла».

¹ Angelus Silesius. Der unerkannte Gott // Deutsche Lyrik von den Anfängen bis zur Gegenwart. In 10 Bd. Bd. 4 / Hg. v. W. Killy. – München: DTV, 2001. – S. 93. – «Он – не свет, не дух / не правда, не единство, не единое, и не то, что называют божеством. / Не мудрость, не разум, не любовь, не воля, не добро, / Не вещь и не ее противоположность, не существо, не душа». – Здесь и далее перевод автора статьи.

² Язык символов: числа, фигуры, время / Сост. В.М. Рошаль. – М.: Изд-во Эксмо, 2005. – С. 85.

³ См. об этом подробнее в кн.: Михайлов А.В. Жанр эмблемы в литературе барокко. Внутренняя устроенность: слово и образ / Теория литературы. Роды и жанры. В 3 т. Т.3. – М., 2003.

⁴ Das deutsche Sonett: Dichtungen. Gattungspoetik. Dokumente / hg. von J.-U. Fechner. – München: Fink, 1969. – S. 92.

(...)
O freudenreiche nacht/ in welcher ach und
klag/
Vnd fünsternuß (...)
Vnd furcht vnd hellen angst vnd schrecken
ward verlohren¹.

Описание лика измученного на кресте Христа, как в стихотворении П. Герхардта «О страдающем лице Иисуса Христа» (1656), противопоставит силе его духа, стойкости. Стихотворение состоит из десяти строф, первые три из которых описывают кровь, раны, терновый венец и вместе с тем «свет глаз», «жизненную силу», которые должны вдохнуть в живущих силы противостоять невзгодам и мужественно встретить смерть.

O Haupt voll Blut und Wunden,
Voll Schmerz und voller Hohn!
O Haupt, zum Spott gebunden
Mit einer Dornenkron!
O Haupt, sonst schön gezieret
Mit höchster Ehr und Zier,
Jetzt aber hoch schimpfiet:
Gegrüßt seist du mir!²

В сонете «К святой троице» (1671) К. Кульман (1651-1689) приводит список именований ипостасей бога: «О, ты, вечно великое божество!», «О бог, отец-сын и дух!», «Чистый дух!», «Святая святость!», «Святой учитель пророков!»³. В 61 псалме, состоящем из трех частей, Кульман приводит списки библейских персонажей (Яфет, Сем, Хам) и народов (язычники, отцы, братья, дети), ликующих в день крещения 28 февраля 1681 г.⁴.

В эпоху барокко создано много песен, посвященных «земным богам», – принцессам, королям, графам, таких как «Песня по случаю приезда курфюрста Пруссии Фридриха Вильгельма» (1641) Симона Даха (1605-1659). Всё и все – и поэт их перечисляет – радуются приезду курфюрста:

Menschen, Wild, Wald, Himmel, Schnee,
Kälte, Glut, Lufft, Erde, See
Treten dir in Dienst zusammen:

¹ Gryphius A. Vber die Geburt Jesu. Ibid. – S. 144. – «Ночь больше, чем светлая ночь! Ночь светлее дня, / Ночь светлее солнца, в которую свет родился/ (...) / О радостная ночь, в которой пропали стоны и жалобы, / И мрак (...) / И ужас, и благоговейный страх и все боязни».

² Gerhardt P. An das leydende Angesicht Jesu Christi // Deutsche Lyrik. Bd. 4. – S. 216. – «О глава в крови и ранах, / страдающая от боли и насмешек! / О глава, которую насмешки колют/ как терновый венец! / О глава, отмеченная/ высочайшей честью и красотой, / Другими отторгнутая, / и желанная мною!»

³ Kuhlmann Q. An di Hochheilige Dreifaltigkeit // Ibid. – S. 275.

⁴ Kuhlmann Q. Der 1 (61) Kuhlpsalm // Ibid. – S. 315.

Jeder ehrt, so gut er mag,
Churfürst, deinen Einzugs-Tag⁵.

Зеркальным отражением стихотворений о совершенстве бога становятся стихотворения о человеке и его несовершенствах. Отзвуком литературы о дураках является стихотворение Кристиана Вайзе (1642-1708) «Он дурак» (1668), где автор приводит список недостатков дурака: он и глухой, и слепой, и лишен обоняния. У него слабые кулаки, нос течет и голова, как голубятня. Но вывод поэт делает такой: «Каждый по-своему дурак»⁶.

Многие сонеты А. Грифиуса описывают мир через антиномические ряды, свойственные барочному мышлению. Например, в таком сонете, как «Человеческая тщета», человек определяется как «жилище жутких болей», «мяч лживого счастья», «арена жестокого страха», «растаявший снег» и «отгоревшие свечи»⁷. В сонете «К звездам» (1643) светила сравниваются поэтотом с факелами, бриллиантами и цветами, так как они несут божественный свет, а люди, «слепые смертные», несвободные от мирских забот, не замечают их отблеска в своем сердце и духе⁸.

Размышления о мире и времени, смена времен года, переменчивость человеческой судьбы находятся в центре внимания барочных поэтов. В шпрухе «Красота этого мира преходяща» М. Опиц (1597-1639), сравнивая мир с ветром и волнами, находящимися в постоянном движении, и со скоротечным цветением цветка, утверждает, что «мир – это ветер, цветок и волны» («Welt ist Wind, ist Blum und Wellen»⁹).

В стихотворении К. Гофмана фон Гофмансвальдау (1617-1679) «Мир» (1679) земной мир сравнивается с «презренной видимостью», «пестрым полем», больницей, рабским приютом, могилой¹⁰. В первой части стихотворения

⁵ Simon Dach. Einzugs-Lied bey höchst feyer- und erfreulicher Einkunft Sr. Churfürstl. Durchl.Hn.Friedrich Wilhelmen etc. in dero Hertzogtumb Preussen und Churfürstl. Residenz Königsberg 1641// Deutsche Lyrik. Bd. 4. – S. 106. – «Люди, дичь, лес, небо, снег, / холод, жар, воздух, земля, море/ - все вместе заступают на службу к тебе: / Каждый чтит, насколько он способен, / Князь, твой день прибытия».

⁶ Weise Ch. Er ist ein Narr // Ibid. – S. 269-270.

⁷ Gryphius A. Menschliches Elend // Gryphius A. Werke in einem Band / A. Gryphius. – Berlin; Weimar: Aufbau-Verlag, 1987. – S. 6-7.

⁸ Gryphius A. An die Stemen // Deutsche Lyrik. Bd. 4. – S. 145.

⁹ Opitz M. Schönheit dieser Welt vergeht // Deutsche Lyrik. Bd. 4. – S. 86.

¹⁰ Hofmann von Hofmannswaldau. Die Welt // Wort und Sinn. Lesebuch für den Deutschunterricht/ Hg. v. K.-E. Jeismann und G. Muthmann. – Paderborn: Schöningh, 1971. – S. 115.

(8 строк) два риторических вопроса сменяются определениями, начинающимися неопределенным артиклем. Вторая часть стихотворения (следующие 8 строк) открывается типичной для инвентарного стихотворения формулой: «Das ist ...»? Почти все строки сонета «Тщетность красоты» (1695) того же поэта имеют анафорический зачин, выраженный большей частью артиклями: *der, das, die*, поддерживаемыми другими частями речи с той же согласной (*denn, dies, dein, dieweil, dir*)¹.

Кульминацией стихотворения-каталога в барочной поэзии является сонет К. Кульмана «Изменчивая сущность бытия человеческого» (1671). Но подготовлена она была раньше, в частности, стихотворением Г.Ф. Харсдерфера «Изменяющееся предложение» (1648):

Auf Angst/Noht/Leid/Haß/Schmach/Spott/
Krieg/Sturm/Furcht/Streit/Müh/und Fleiß
Folgt Lust/Raht/Trost/Gunst/Ruhm/Lob/
Sieg/Ruh/Mut/Nutz/Lohn/ und Preiß².

Харсдерфер подсчитал, что возможны около 40 млн. замен слов внутри этого предложения, но Кульман превзошел Харсдерфера, доведя возможность замен до 67-значного числа. Сохранив схему предложения Харсдерфера в качестве зачина, Кульман создал свою композицию, заменив одно предложение шестью из 12 строк и завершив свой сонет поучительным двустушием-кодой³.

В сонете Кульмана разрядкой выделен акро- и телестих; кода и развернутая цитата образуют рамку стихотворения, напоминающую раму иконы. Внутри рамы – целый мир, который поэт попытался охватить с помощью 163 слов, располагая их по 12-14 в строке (по числу строк в сонете) и объединяя не только внутренними, горизонтальными рифмами (*Nacht/ Schlacht, Blitz/ Hitz, Flutt/ Glutt, weiß/eins, drei/nein*), но и смежными, вертикально зарифмованными парами – в первом и третьем катренах по принципу противоположности (*Nacht/Tag, Leid/Freud, gutt/bös, Mutt/Furcht*), а во втором катрене – по сходству (*Mond/ Schein, Schütz/ Ziel*)⁴. В комментарии к стихотворению Кульман сообщает о различных возможностях перестановок этих слов, символи-

зирующих перемены в человеческой жизни. При всех достоинствах перевода этого сонета Л. Гинзбургом, переводчиком из-за изменения порядка слов или их пропуска не только не сохранена вертикальная связь между парными словами, но и утрачена сонетная форма стихотворения, не говоря уже о досадных лексических неточностях перевода (как «девять» переводится слово «*nein*» («нет»), которое в оригинале образует пару к слову «*da*»; как «одиноким» переводится слово «*eins*» («один»), составляющий у Кульмана пару к числительному «*drei*»)⁵.

Кульман внес свой вклад и в развитие другого лирического жанра каталога. У него есть 24-строчное стихотворение «Золотой житейский алфавит пятницы» (1671) (скорее всего, здесь имеется в виду страстная пятница – Т.А.), каждая строка которого начинается наречием на соответствующую букву алфавита (Кульман опускает две буквы, которые в неустойчивой барочной орфографии заменялись похожими буквами: J на I, а U на V):

Andächtig sei in Gott, alleine Gott zu ehren,
Behutsam in der Red, um Gottes Lob zu mehren,
Christmässig überall in Worten voller Tat,
Demütig sonder gleich deines Jesus Rat,
(...)⁶.

Алфавит в разном виде каталогизации – излюбленная форма немецких поэтов от барокко до наших дней. Кроме алфавита, есть и другие способы организации буквенного материала. Поэтесса А.О. Хойерс (1584-1655) в стихотворении «Золотая корона Христа» (1650) строит из букв ключевых изречений о боге восемь крестов, в которых преобладают буквы «G» и «C», с которых начинаются немецкие слова «Gott» и «Christ».

G.
W.
G.
G.W.G.K.G.W.G.
G.
W.
G.⁷

В первом кресте стихотворения, который

¹ Hofmann von Hofmannswaldau. *Vergänglichkeit der Schönheit* // *Deutsche Lyrik*. Bd. 4. – S. 324.

² Harsdörfer G. Ph. *Wechselsatz. Poetische Sprachspiele. Vom Mittelalter bis zur Gegenwart*/ Hg.v.K.P. Dencker. Stuttgart: Philipp Reclam jun., 2002. – S. 62.

³ Ibid. – S. 63.

⁴ Kuhlmann Q. *Der Wechsel der menschlichen Sachen* // *Poetische Sprachspiele. Vom Mittelalter bis zur Gegenwart*/ Hg.v.K.P. Dencker. – Stuttgart: Philipp Reclam jun., 2002. – S. 76-77.

⁵ Немецкая поэзия XVII века в переводах Льва Гинзбурга / сост., предисл. и примеч. переводчика. – М.: Худ. лит., 1976. – С. 171-173.

⁶ Kuhlmann Q. *Das güldene Lebens-ABC des Freitags* // *Poetische Spiele*. – S. 82. – «А – Благоговейно относись к богу и почитай только его, / В – Осторожен будь в речах, чтобы умножить хвалу богу, / С – По-христиански поступай в словах и делах, / D – Послушно следуй совету господа».

⁷ Hoyers A.O. *Christ Gülden Cron* // *Poetische Sprachspiele*. – S. 63.

абсолютно симметричен относительно центра, автор зашифровывает фразу: «Gott Will/ Gott Kan/ Gott Wirt Geben». После большого креста следует малый: «Gottes Gnaden Gab»

G.

G.G.G.

G.¹

и средний: «Gott Gibt Gute Gaben Gern».

G.

G.G.G.G.G.

G.²

Основной текст стихотворения, состоящего из 54 строк, на месте акrostиха содержит артикль или союз «der», а каждая строка заканчивается сказуемым, связанным попарно, что образует двустороннюю раму стихотворения.

Неизвестный автор середины XVII в. написал «Новый букварь». В оригинале каждая буква украшена растениями или животными и на каждую букву приводится слово и строфа к нему, например, букву «Z» иллюстрирует слово «Zeit»:

Zeit bringt die Blumen auff der heid
Zeit bringt aus dieser Welt abscheid
Zeit bringt die Ewig Himlisch freud
bringt auch das Ewig Höllisch leid
betracht es wohl, die Sünde meid³.

В барочной поэзии часты стихотворения с преобладанием одного звука (например, в коллективном стихотворении Г.Ф. Харсдерфера, З. фон Биркена и И. Клая «Нагромождения букв» или в стихотворениях с отсутствием одного звука). Биркен и Клай в стихотворении «Встреча весны» собрали коллекцию звуков различных зверей, радующихся весне, используя звукоподражательные глаголы:

Es dirdirlir/dirdirlir/ dirdirlir-
liret die Lerche.
Es klappern/ und bappern/ und blappern
Schlankbeinichte Störche.
Es krekken/ krecken/ und quekken
Grüngeblüchte Frösche⁴.

К смешанному буквенно-цифровому каталогу можно отнести стихотворения Г.Ф. Хар-

сдёрфера «Хронограмма» (1648) и Ф. фон Логау «Год 1640». Соответствующий год у обоих поэтов получается путем сложения римских цифр, переданных в стихах буквенными обозначениями.

BeLiebter IVgenD ZVCh	662
Von stehen FLeiß gesVCh	161
trägt Wahrer TVgenD FrVCh	620
TrVtz Langer ZeIten FLVCh.	296 ⁵

Визуальные стихотворения-эмблемы

также служат архивации смыслов, таковы многочисленные квадраты, прямоугольники, треугольники и другие фигуры (книги, фонтаны, вазы, кресты, пирамиды, пальмы, цветы) в которые вписаны изречения И.Г. Шилля, Р.К. Геллера, Ю.Г. Шоттеля, И. Штайнмана, Н. Пойкера и других барочных поэтов.

Важное место в литературе начинает занимать поэтологическая поэзия. Теобальд Хёк (1572- ок.1621) составляет литературный список в стихотворении «К читателю» (1601). Он упоминает книги шванков XVI в., народные книги о Фортунате и Фаусте, Зигфриде и Уленшпигеле, «Корабль дураков» Бранта, книгу о Пантагрюэле, произведения Плавта, Марциала, Теренция, Ювенала, а также переводы с французского и английского. В стихотворении «Об искусстве немецкой поэзии» (1601) поэт говорит о сложности немецкого языка, сравнивая его с греческим и латинским, о трудностях применения сложных размеров, хваля немецких поэтов, которые способны их преодолеть⁶. Список языков с их краткой характеристикой в своих двустилишях дает и Г.Ф. Харсдёрфер (1607-1658): иврит, немецкий, нидерландский, греческий, латинский, уэльский, французский, испанский, английский, славянский⁷.

На полях 12-строфной поэмы «Введение к немецкому искусству рифм» (1640) Людвиг фон Анхальт-Кётен (1579-1650) приводит список рифм, которые он применил при написании поэмы: ямбы, дактили, мужские и женские рифмы, александрийский стих, сонетные рифмы, рифмы стансов и др.⁸.

Стихотворения о временах года или суток приобретают дополнительные жанровые значения и осмысливаются в контексте человеческой жизни. Весенние и утренние песни сродни альбе, в то время как вечерние и осенние песни близки эпитафии. В стихотворении «Утреннее

¹ Ibid. – S. 64.

² Ibid.

³ Unbekannter Verfasser. Neues A:B:C:Büchlin // Deutsche Lyrik. Bd. 4. – S. 259-260. – «Время приносит цветы на лугу/ Время приносит в этот мир разлуку/ Время приносит вечно небесную радость/ приносит и вечно адские страдания/ присмотришься к нему, избегай греха».

⁴ Birken S.; Klaj J. Frühlings-Willkommen // Poetische Spiele. – S. 53-54. – «Тюильри, тюильри заливаются жаворонок. / Стучат клювами, крыльями стройно-ногие аисты. / Квакают, кричат желто-зеленые лягушки».

⁵ Harsdörfer G.Ph. Chronogramm // Poetische Spiele. – S. 62.

⁶ Höck Th. Von Art der Deutschen Poeterey // Deutsche Lyrik. Bd. 4. – S. 15-16.

⁷ Harsdörfer G.Ph. Spielreimen // Ibid. – S. 146.

⁸ Anhalt-Köthen, von L. Wenige Anleitung zu der Deutschen Reim-kunst // Ibid. – S. 90-92.

благоговение» К. Кнорра фон Розенрога (1636-1689), восходящем к утренней молитве и псалму, на что указывают многочисленные императивные формы и обращения к утру как творению бога, выраженные метафорически через ряд образов, таких как «утреннее сияние вечности», «свет неисчерпаемого света», «милостивое солнце» и т.д., высказывается просьба исправить различные проявления человеческой черствости, чтобы достичь «страны сладкого блаженства»¹.

«Весна» (1651) Харсдёрфера на мелодию «Христос, наш господь, пришел в Иордан», как и утренняя песня, содержит список цветов, которые радуются рождению Христа и возрождению природы весной: это тюльпаны, нарциссы, фиалки, гвоздики, лилии, майоран². «Летняя песня» (1653) П. Герхарда (1607-1676) на мелодию «Бога моя душа превозносит» дает тот же список цветущей природы: деревья, птицы, леса, животные – описание земного рая. Поэт называет себя и деревом и цветком и просит бога, чтобы он выбрал его душу своим раем³.

Давид Ширмер (1623-1687) объединяет оба жанра – утреннюю и вечернюю, весеннюю и осеннюю песни – и пишет «Ей о летнем вечере» (1657). Первые две строфы представляют список явлений природы, которые герой хочет наблюдать со своей любимой: закат солнца, конец дня, голубизну зеленого леса, туман. В третьей строфе для описания летнего вечера привлекаются образы Зефира, Флоры, Низы, Филлис, Коридона. В последней строфе поэт напоминает о быстротечности мая и юности⁴.

Приметы инвентаризации содержат как утренние, так и вечерние песни барочных поэтов. В «Вечерней песне» Ф. фон Цезена (1619-1689) первая строфа за исключением первой строки имеет анафорический зачин, состоящий из артиклей (des, der, die), вводящих существительные-метафоры: день, «бледный месяц», «звезды», «сладкий сон», которые разворачиваются в остальных четырех строфах как просьба к богу послать быструю смерть, когда придет время умирать, а не подвергать страху и нужде в войну, а также уберечь от происков дьявола⁵.

В «Завершающем песнопении о скоротечности и ничтожестве человеческой жизни» Цезена жизнь характеризуется как «ветер», «корабль», «морские волны», «туман», «снег», «лед», «роса», «ветер», «дым», «пар», «цветки», «трава», «листья». Стихотворение строится как катехизис, содержащий вопросы и ответы на них, поэтому формула «das ist ...» оказывается перевернутой и выглядит так: «Was ist ...?», «Ist es nicht ...?»⁶.

«Вечерняя песня» Й.К. Гюнтера (1695-1723) написана в традиции жанра, где обращения в молитве к богу создают перечислительный ряд («лучший адвокат», «дух истины»⁷), но заканчивается стихотворение двумя возможностями: вместо того, чтобы умереть, можно проснуться наутро с песней благодарности. А вечерняя песня Герхарда на мелодию «О мир, тебя я должен покинуть» еще раз подчеркивает родство вечерней песни с эпитафией и дает два списка: засыпающего мира, окружающего человека («леса, скот, люди, города, поля – весь мир») и список частей тела человека (тело, голова, ноги, руки, сердце, глаза), отходящего ко сну⁸.

Эпитафия, один из распространенных барочных жанров, отражающий потери людей в период войны, болезней и путешествий, синтезирует в себе списки, которые связаны с хвалебной песней (перечисление качеств и дел), биографией (списком рода), вечерней и колыбельной песней и поэтологическим стихотворением. Все эти черты есть в знаменитой эпитафии П. Флеминга (1609-1640):

Verzeiht mir, bin ichs wert, Gott, Vater, Liebste, Freunde,

ich sag euch gute Nacht und trete willig ab.

Sonst alles ist getan bis an das schwarze Grab.

Was frei dem Tode steht, das tu er seinem Feinde⁹.

Эпитафию на смерть маркграфини Анны Августы Баденской Г.Р. Векерлин (1584-1655)

⁶ Zesen Ph. Schlußgesang von der Flüchtigkeit und Nichtigkeit des menschlichen Lebens // Ibid. – S. 119.

⁷ Günther J.Ch. Abendlied // Deutsche Lyrik. Bd. 5. – S. 124-125.

⁸ Gerhardt P. Nun ruhen alle Wälder // Ibid. S. – 170.

⁹ Fleming, P. Deutsche Gedichte / P. Fleming; hg. von V. Meid. – Stuttgart, 2000. – S. 111. – «Прощайте вы, господь, отец, подруга, братья, / Спокойной ночи! Я готов в могилу лечь. / Коль смертный час настал, то смерти не перечь./ Она зовет, себя готов отдать я». – Пер. Л.Гинзбурга. Немецкая поэзия XVII века в переводах Льва Гинзбурга / сост., предисл. и примеч. переводчика. – М.: Худ. лит., 1976. – С. 94.

¹ Knorr von Rosenroth Ch. Morgen-Andacht // Die deutsche Literatur in Text und Darstellung. Barock / Hg. v. O.F. Best und H.-J. Schmitt. In 16 Bd. Bd. 4. – Stuttgart: Philipp Reclam jun; 1994. – S. 124-125.

² Harsdörfer G.Ph. Der Frühling // Deutsche Lyrik. Bd. 4. – S. 196-198.

³ Gerhardt P. Sommergesang // Ibid. – S. 207-209.

⁴ Schirmer D. Über des Sommers Abend-Zeit an Sie // Ibid. – S. 227-229.

⁵ Zesen Ph. Abendlied // Ibid. – S. 118.

строит на сравнении краткой жизни графини с типично барочными понятиями. Четыре развернутых строфы сворачиваются в пятой как повторное перечисление тех же понятий:

Also dein leben (schnell verfliegen)
Hat sich nicht anderst dan ein Tag/
Stern/ morgenröht/ seufz/ nebel/ klag/
Staub/ daw/ luft/ schnee/ blum/ regenbogen/
Zweig/ schaur/ eiß/ glaß/ plitz/ wasserfall/
Strahl/ gelächter/ stirn/ widerhall/
Zeit/ traum/ flug/ schat vnd rauch verzogen¹.

И.А. Мауерсбергер – автор «Библейских надгробных надписей», которые представляют целый список библейских имен: Адам, Ева, Авраам, Сара, Христос и др. Каждому имени посвящено четверостишие с парными рифмами, например, «Еве»:

Mein Wunder-schöner Leib war Adams
Fleisch und Bein/

Jch solt' in Eden stets Jhm ein Gehülfe seyn
Weil ich mir aber ließ verbotne Frucht belieben/

So bin ich/ nebenst Jhm/ ins Leichen-Buch geschrieben².

Гофмансвальдау создал «Поэтические надгробные надписи» (1679), посвятив их Адаму, Александру Македонскому, Опицу, грешнику, рабу, еврею, художнику, веселой деве, мухе и т.д. Начиная от Адама и заканчивая ничтожными существами, поэт словно объединяет всех в «пляске смерти», показывая тщетность их земных устремлений, иронически оценивая в частности завоевания Македонского:

Mir war die Welt zu klein/ ich spielte mit
der See/

Ich sprüte reichlich aus/ Blut/ Feuer/ Mord/
und Weh.

Nun ich gestorben bin/ was nutzt mir mein
Siegen?

Hier könten noch bey mir viel Alexander liegen³.

¹ Weckherlin R.G. Über der frühen Tod Fräwleins Anna Augusta Markgräfin zu Baden // Poetische Spiele. – S. 40-41. – «Итак, твоя жизнь (быстро пролетевшая)/ Промелькнула не иначе, как день, / Звезда, восход, вздох, туман, жалоба, / Прах, роса, воздух, снег, цвет, радуга,/ Ветка, град, лед, стекло, молния, водопад/ Луч, смех, лоб, эхо./ Время, греза, полет, тень и дым».

² Mauersberger J.A. Bibilische Grab-Schriften // Deutsche Lyrik. Bd. 4. – S. 285. – «Мое прекрасное тело было телом и костью Адама, / В раю я должна была ему помогать, / Но так как мне понравился запретный плод, / То я записана рядом с ним в книгу смертных».

³ Hofmann von Hofmannswaldau Ch. Poetische Grabschriften // Deutsche Lyrik. Bd. 4. – S. 300-3001. – «Мне мир был слишком мал, заигрывал с морями/

Г. Асман фон Абшатц (1646-1699) создает вариацию на слова Сираха «О смерть, как горька ты» (1697), собирая ряд определений: бледная, хриплая, тихая, мягкая, благодатная⁴.

Особое место в барочной поэзии занимает любовная лирика. Разнообразие женских списков в ней связано как с культом богородицы и поэзии о ней⁵, так и с традицией европейской любовной лирики, например, с внедрением сонета и пришедшей с ним петраркистской традицией воспевания женской красоты. Со списками, перечисляющими черты земной женской красоты, сосуществуют стихотворения, восхваляющие небесную красоту богородицы. Например, в «Похвале деве Марии» (1647) Ю.Г. Шоттеля в список ее достоинств включается «сахар ручек», «ангельский вид», не противоречащий земному здоровью: «кровь с молоком»; поэт называет богородицу «золотой розой», «прекрасным кипарисом»⁶. Ее внешность сочетается с внутренней красотой: добрым сердцем, добродетелями, кротостью.

И.М. Мошерош (1601-1669) приводит в своем «женском списке» десять качеств, которыми должна обладать набожная женщина, чтобы заслужить похвалу: домовитая, спорая, приветливая, серьезная, послушная, терпеливая, покорная, очаровательная, чистоплотная, радостная⁷. Как противовес этим качествам можно назвать десять дурных качеств из стихотворения «Плохие супруги» Абрагама из Санта Клары (1644-1709), где супруги еще и сравниваются со злыми животными⁸. Каспар Штилер (1632-1707) в последней строфе песни «Недоверчивый возраст» перечисляет все недостатки зрелого возраста женщины и отрешивается от нее, как от «чертовой невесты»⁹.

Списки женской красоты или, напротив, непривлекательности дают многие барочные поэты. К этому ряду следует отнести, с одной стороны, «О ее сверхпрекрасных глазах» Векер-

Сея вокруг лишь кровь, огонь, смерть, боль. / И вот я умер, что толку мне в победах? / Ведь рядышком со мной достанет места всем».

⁴ Assmann von Abschatz H. Über bdie Worte Sirachs: O Tod, wie bitter bistu! // Deutsche Lyrik. Bd. 4. – S. 339-340.

⁵ См. об этом: Андреюшкина Т.Н. История развития немецкой поэзии о богородице (Mariendichtung) // Религиоведение. 2014. – №4. – С. 125-130.

⁶ Schottelius J.G. Der Jungfrauen Maria Lob // Deutsche Lyrik. Bd. 4. – S. 159.

⁷ Moscherosch J. M. Die böse Weiber mein ich nur // Poetische Spiele. – S. 49.

⁸ Abraham a Santa Clara. Die schlimmen Eheleut // Ibid. – S. 84.

⁹ Stieler C. Das mißtrauliche Alter // Deutsche Lyrik. Bd. 4. – S. 245.

лина, «Сонет о глазах Астреи» М. Опица, «О руке Астреи» Г. Финкельтхауса, «О ее плечах» и десятистишие «О рте» Гофмансвальдау, песню «Анна из Тарау» неизвестного автора, переложение песен Соломона Ф. Цезена, «Его смуглая» Д. Ширмера (вероятно, под влиянием сонетов Шекспира), «AMaRille» И.Г. Шоха, с другой стороны, «Быстротечность красоты» Гофмансвальдау, «Последнюю речь прежде гордой, а теперь умирающей девы» С. Даха, «К накрашенной» Грифиуса и др. «Для ее здоровья» – стихотворение Флеминга, состоящее целиком из списка глаголов, передающих действия во благо возлюбленной¹.

Векерлин в «Хвале свой любимой» называет ее Миртой и в отличие от традиции восхваляет из привлекательных черт женской внешности только глаза, обращая внимание большей частью на нрав, добродетели и душу. В последней строфе весь список подытоживается². В хвалебной песне английской принцессе Елизавете поэт кроме указания на гармонию души и тела упоминает список богов, с которыми она может поспорить: Диана, Феб, Юнона, Киприда, Паллада³.

Сонет, к которому немецкие поэты часто прибегали под влиянием голландских, итальянских, французских и английских сонетистов, позволял им в последнем терцете, своеобразной коде сонета, синтезе тезиса и антитезиса, дать список образов из катренов. Так, у Опица в сонете-обращении к силам природы в последнем трехстишии дается их список:

So bitt' ich Himmel / Luft / Wind/ Hügel/
Hainen/ Wälder/

Wein/ Brunnen/ Wüsteney/ Saat/ Hölen/
Steine/ Felder

Und Felsen sagt es jir/ sagt/ sagt/ sagt jir vor
mich⁴.

Перу Д. Каспера фон Лознштайна(1635-1683) принадлежит поэма «Песня невесты», в котором ее красота количественно подтверждается списком из деревьев, цветов, камней, ме-

таллов, птиц и животных⁵. Стихотворение «Слезы Марии Магдалины у ног нашего спасителя» (1680) поэт также строит как ряд противопоставлений, в которых образ грешницы предстает амбивалентным: лебедь/ ворона, яд волшебства / сахар благоговения, розы щек / шипы, грудь-лилия / осы греха⁶.

Особый случай представляет собой любовное стихотворение «Карибелле» (1612), написанное И. Германом (1589-1647) на латинском языке. В нем лирический герой сетует на то, что возлюбленная украла у него глаза, сердце, душу и даже способность жить или умереть, и требует взамен ее глаза, сердце и душу, только в таком случае он получит свои глаза, сердце и душу⁷. Последние строки напоминают по структуре второй из «Мерзебургских заговоров», в котором излечение наступало только путем сложения «ноги к ноге», «крови к крови».

Г. Мюльпфорт (1639-1681) «Сестину» (1687), состоящую в свою очередь из шести сестин, каждая из которых посвящена волосам, глазам, щекам, губам, шее, груди возлюбленной, заканчивает четверостишием, в котором упомянутый список кратко повторяется:

Der Haare schönes Gold/ der Augen-Lichter
Brand/

Der Wangen Paradiß/ der Lippen Himmel-
Wein/

Hat mir des Halses Zier ohn allen Zwang be-
kannt/

Dass auf den Brüsten soll der Liebe Ruhstatt
seyn⁸.

К.О. Эльтестер (1666-1738) в сонете «О совершенстве его Солимы» (1695) дает перечислительный ряд, подчеркивая только один недостаток возлюбленной – жестокосердие⁹. Качества возлюбленной сравниваются с природными явлениями. В «Сонете на сердце своей верной возлюбленной» (1643) Ф. фон Цезен приводит список драгоценных камней и металлов, который должен подтвердить крепость ее сердца: это сталь, магнит, бриллиант, кристалл¹⁰.

¹ Fleming P. Auff Ihre Gesundheit // Ibid. – S. 123.

² Weckherlin G.R. Seiner Liebsten Lob // Ibid. – S. 39.

³ Weckherlin G.R. Lobgesang an die Durchleuchtigste Churfürstin Fraw Elisabeth Geborne Königliche Princessin auß Groß-Britanien // Ibid. – S. 40-41.

⁴ Opitz M. Jhr Himmel/ Lufft und Wind // Ibid // Deutsche Lyrik. Bd. 4. – S. 61. – «Так я прошу небо/ воздух/ ветер/ холм/ рощи/ леса // Вино/ колодец/ пустыню/ посев/ пещеры/ камни/ поля// И скалы: скажите ей / скажите/ скажите/ скажите ей обо мне».

⁵ Lohenstein Ch. von. Braut-Lied der Holdinnen // Ibid. – S. 319-323.

⁶ Lohenstein Ch. von. Thränen Der Maria Magdalena zu den Füßen Unsers Erlösers // Ibid. – S. 302-303.

⁷ Hermann J. Ad Charibellam // Ibid. – S. 31.

⁸ Mühlpforth H. Sechstinne // Ibid. – S. 319. – «Блеск золотой волос, огонь лучистых глаз,/ Щек рай, губ небесное вино/ Нежность шеи известна мне не понаслышке,/ Как и то, что на груди найдет покой любовь».

⁹ Elteter Ch.O. An die Vollkommenheit seiner Solime // Ibid. S. 325.

¹⁰ Zesen Ph. Klüng-getichte auf das Härz seiner

К. Вернике (1661-1725) в обращении к «Нашим немецким поэтам» (1697) соединяет любовное стихотворение с поэтологическим, высмеивая устойчивость образов и атрибутов любви: если кожа, то «мраморно-белая», если глаза, то из агата, губы – рубин, вены – бирюза, грудь – алебастр, все поэты хотят быть Пигмалионами и создать из возлюбленной картину или камень¹.

В макароническом стихотворении неизвестного автора есть список рифмующихся французских слов:

Reverirte Dame,
Phoenix meiner ame,
Gebt mir *audientz*;
Euer Gunst *meriten*,
Machen zu *falliten*
Meine *patientz*².

Особо хочется упомянуть стихотворения, в которых красота возлюбленной сравнивается с красотой города и черты ее лица перечисляются, как арсенал оружия, хранящегося в городе (сонет «Венеция в сравнении с возлюбленной» Г.Р. Векерлина):

Was seind die Müntz/ Zeughauß/ geschütz
vnd Arsenal/

Gegen dem schönen aug/ das billich (mein
verlangen

Zustrafen) soweit ab mich tödet wie ein
strahl?³

Если барочные поэты писали сонеты, воспевающие чаще всего итальянские города как центры религии и искусства, то Векерлин, сравнивая площади и дворцы Венеции с губами, щеками, волосами и глазами возлюбленной, находит последние прекрасней, чем богатое убранство лучших залов знати и кладовых цейхгаузов и арсеналов. Последние слова напоминают нам о традиции миннезанга, подхваченной сонетистами от Петрарки: сравнивать возлюбленную с крепостью, которую следует завоевать. Эстетизируя образ возлюбленной через сравнение с городом искусств, Векерлин дает свое видение аллегории «женщина-крепость». (У Х. Домин и

Г. Кольмар, у П. Хухеля в стихотворении о Хильде Домин крепость перевязана поясом – образ пояса верности из рыцарского миннезанга). Хотя Венеция и проигрывает женской красоте, но за этим городом закрепляется слава города красоты и любви, отчасти из-за карнавала, когда, будучи скрытыми за масками женщины позволяли себе больше свободы, чем было принято. Эту тему позднее развивает Рильке в сонете «Куртизанка». Образ Венеции и куртизанки здесь тесно переплетены: солнце Венеции золотит женские волосы, брови женщины похожи на мосты, глаза указывают на каналы как «тайный транспорт», поклонники завидуют собаке, на которой лежит рука куртизанки, ее рот готовит яд для дыхателей – здесь представлен основной список инструментов женского соблазна⁴.

Женский список имен дает Г. Грефлингер (1620-1677) в стихотворении «Те, кого он любил» (1644) в первой строфе: Кандида, Филлис, Рамия, Розина, Дидо, Иоанна, Фидес, Катарина, Лесбия, Доринда, Мелузина, Стелла, Элизабелла. Семи первым посвящено по строфе. Пять других умещаются в одной строфе, а последней, которая «превосходит всех», посвящена последняя строфа⁵.

И заканчивается история барочных любовных сонетов антипетраркистским безрифменным сонетом К. Грифиуса (1649-1706) «Нерифмованный сонет» (1698), который можно рассматривать как ответ на вызов Вернике, хотя уже в начале эпохи Барокко Опиц написал антипетраркистский сонет, где высмеял распространенные в европейской поэзии штампы в определении женской красоты⁶.

Подводя итог барочному этапу в развитии дескриптивного стихотворения, близкого жанру инвентаризации, следует отметить, что предметом поэтического описания становится мир, жизнь, человек, бог, для характеристики которых используются типично барочные метафоры (мир: «ветер», «цветы», «волны»; жизнь: боль, страх, нужда, могила; человек: «жилище жутких болей», «мяч лживого счастья», «арена жестокого страха», «растаявший снег», «отгоревшие свечи; бог: «свет», «солнце», «могущественный король чести»). Поэты обращаются для этого к таким жанрам, как песня-молитва, псалм, шпрух, сонет, утренняя и весенняя песни, вечерняя и осенняя песни, эпитафия, стихотворе-

Träuen // Ibid. – S. 159.

¹ Wernicke Ch. An unsre teutsche Poëten // Ibid. – S. 340-341.

² Unbekannter Verfasser. Reverirte Dame // Ibid. – S. 163-164. – «Уважаемая дама, / Феникс моей любви, / Предоставьте мне аудиенцию, / Достоинства Вашей милости, / Испытывают на прочность/ Мое терпение».

³ Weckherlin G.R. Venedig gegen seiner Liebsten verglichen // Ibid. – S. 97. – «Что значат деньги, хранящиеся в цейхгаузе и арсенале / В сравнении с парой чудных глаз, лучом пронзающих меня, как в наказание, за страсть?».

⁴ Rilke R.M. Die Kurtisane // Rilke R.M. Die Gedichte/Ed. v. E. Zinn. 14. Aufl.–Frankfurt a. M.: Insel, 2003. – S. 472.

⁵ Grefflinger G. Sein Erstes an Floren // Ibid. – S. 148-151.

⁶ Gryphius Ch. Ungereimtes Sonnett // Ibid. – S. 343.

ния на случай. В них используются такие струк- более и прекраснее снега и излучают мягкий

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Андреюшкина, Т.Н. Стихотворение-инвентаризация в поэзии Ж. Превера, М. Калеко, Г. Айха и Р. Гернхардта: сопоставительный анализ // Вестник Пермского университета. - 2014. - № 3. - С. 154-160.
2. Андреюшкина, Т.Н. История развития немецкой поэзии о богومатери (Mariendichtung) / Религиоведение. - 2014. - №4. - С. 125-130.
3. Андреюшкина, Т.Н. Этапы развития стихотворения инвентаризации в немецкой поэзии XX века // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. - 2016. - № 1(21). - Том 1. - С. 5-13.
4. Вельфлин. Ренессанс и барокко / пер. Е.Г. Лундберга; под ред. Е.Н. Козиной. - СПб., 2004. - 201 с.
5. Жолковский, А.К. Каталоги // Zvezda/2014/6/zhol1-pr/html (дата обращения 28.05.2016).
6. Костарева, Н.Л. Сонетное искусство Андреаса Грифиуса (к проблеме немецкого барокко и история сонета в Германии: автореф. дис. ... канд. филол. наук. - СПб., 2006. - 24 с.
7. Кучумова, Г.В. Немецкоязычный роман 1980-2000 гг.: курс на демифологизацию. - Самара: Самар. гуманитар. акад., 2009. - 152 с.
8. Михайлов, А.В. Жанр эмблемы в литературе барокко. Внутренняя устроенность: слово и образ / Теория литературы. Роды и жанры: в 3 т. - М., 2003. Т. 3. - С. 250-279.
9. Немецкая поэзия XVII века в переводах Льва Гинзбурга / сост., предисл. и примеч. переводчика. - М.: Худ. лит., 1976. - 208 с.
10. Рахманина, О.С. Немецкая поэзия XVII века: теория и художественная практика: дис. ... к. филол. н.: защищена 12.04.2002 / О.С. Рахманина. - М., 2002. - 126 с.
11. Язык символов: числа, фигуры, время / сост. В.М. Рошаль. - М.: Эксмо, 2005. - 400 с.
12. Das deutsche Sonett: Dichtungen. Gattungspoetik. Dokumente / Hg. von J.-U. Fechner. - München: Fink, 1969. - 456 S.
13. Deutsche Lyrik von den Anfängen bis zur Gegenwart. In 10 Bd. / Hg. v. W. Killy. - München: DTV, 2001. Bd. I - 557 S. Bd. II. - 443 S.
14. Die deutsche Literatur in Text und Darstellung. Barock / Hg. v. O.F. Best und H.-J. Schmitt. In 16 Bd. Bd. 4. - Stuttgart: Philipp Reclam jun; 1994. - 366 S.
15. Fleming, P. Deutsche Gedichte / P. Fleming; hg. von V. Meid. - Stuttgart, 2000. - 192 S.
16. Gedichte berühmter Frauen / Hg. v. E. Borchers. - Frankfurt a. M.: Insel, 1996. - 312 S.

турообразующие элементы, как анафорический зачин, параллелизмы, характерная формула: «das ist ...», риторические вопросы, внутренний диалог героя, которые станут компонентами стихотворения-инвентаризации.

Выдающимися поэтами-архивистами в XVII веке проявили себя А. Грифиус, Г.Р. Векерлин, Ангелус Силезиус, К. Кульман, К.Р. Грайфенберг, К. Хофман фон Хофмансвальдау, Г.Ф. Харсдерфер и др. Они писали во всех лирических барочных жанрах и создали стихотворения-каталоги с разнообразными списками: литературными, женскими, поэтологическими.

В переходный этап от Барокко к Просвещению есть переключки с барочными стихотворениями, например, у Б.Х. Брокеса («Цветки вишни ночью»). Но в отличие от них это стихотворение посвящено подробному описанию красоты цветущей вишни и только последние строки говорят о том, что герою известны более значительные сокровища и «земная красота не может сравниться с небесной»¹. Цветы вишни

свет, но он не может сравниться со светом звезды, «который сияет прямо в душу»². Эта строка остается без рифмы, что выделяет ее среди парных, перекрестных и охватных рифм стихотворения. У Брокеса еще присутствует формула «Es ist ...», но перечислительный ряд разворачивается в ряд мини-сюжетов, кружащих вокруг темы белого цвета, противостоящего черному. В стихотворении преобладают глаголы созерцательного характера («смотреть», «наблюдать» и др.), что придает стихотворению статичность. Новая эпоха – эпоха Просвещения – внесет свой вклад в поэзию каталогов, тем более что мыслителей этой эпохи будут занимать проблемы классификации и каталогизации научной и литературной мысли (собственно библиографический каталог будет создан именно в XVIII в.), ведь Просвещение – эпоха энциклопедистов и философов, ученых и экспериментаторов, которым важно будет документировать и архивировать открытия и достижения своей и предшествующих эпох.

¹ Brockes В.Н. Kirsch-Blüthe bey der Nacht // Ibid. Bd. 5. S. 105-106.

² Ibid.

17. Großstadtlyrik / hg. v. W. Wende. – Stuttgart: Philipp Reclam jun., 1999. – 412 S.
18. Gryphius, A. Werke in einem Band / A. Gryphius. – Berlin; Weimar: Aufbau-Verlag, 1987. – 326 S.
19. Kleine literarische Formen in Einzeldarstellungen. – Stuttgart: Philipp Reclam jun., 2002. – 278 S.
20. Lyriktheorie: Texte von Barock bis zur Gegenwart / Hg. v. L. Völker. – Stuttgart: Philipp Reclam jun., 1990. – 468 S.
21. Poetische Sprachspiele. Vom Mittelalter bis zur Gegenwart / Hg. v. K.P. Dencker. – Stuttgart: Philipp Reclam jun., 2002. – 428 S.
22. Rilke R.M. Die Gedichte / Ed. v. E. Zinn. 14. Aufl. – Frankfurt a.M.: Insel, 2003. – 1132 S.
23. Rothmann K. Kleine Geschichte der deutschen Literatur. 19., erweiterte Auflage. – Stuttgart: Philipp Reclam jun., 2009. – 542 S.
24. Shvabrin, Stanislav. The Burden of Memory: Mikhail Kusmin as Catalog Poet // The many Facets of Mikhail Kusmin: A Miscellany / Ed. Lada Panova. – Bloomington, 2011. – P. 3-25.

УДК: 811
ББК: 81

Арсентьева Ю.С., Арсентьева Е.Ф.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОНТЕКСТУАЛЬНО НЕТРАНСФОРМИРОВАННЫХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ-ЭВФЕМИЗМОВ В АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Arsentyeva Yu.S., Arsenteva E.F.

THE USE OF CONTEXTUALLY UNTRANSFORMED PHRASEOLOGICAL EUPHEMISMS IN THE ENGLISH AND RUSSIAN LANGUAGES

Ключевые слова: фразеологизм-эвфемизм, контекстуальное использование, трансформированное и нетрансформированное использование, фразеологический каламбур.

Keywords: phraseological euphemism, contextual use, transformed and untransformed use, phraseological pun.

Аннотация: в статье рассматриваются характерные особенности нетрансформированного употребления фразеологизмов-эвфемизмов в английском и русском языках, в том числе с точки зрения реализации эвфемистического потенциала данных единиц в контексте. Приводятся точки зрения как отечественных, так и зарубежных лингвистов. Особое внимание уделяется фразеологическому каламбуру как одному из самых сложных типов контекстуального использования фразеологических эвфемизмов.

Abstract: the article studies typical features of untransformed use of phraseological euphemisms in the English and Russian languages. Points of view of both native and foreign linguists are presented. Special attention is paid to the study of phraseological pun as one of the most complicated types of phraseological euphemism contextual use.

Как отмечает Н.Л. Шадрин, возможность окказионального использования фразеологических единиц заложена в “самой лингвистической природе фразеологизмов и обусловлена их фундаментальными языковыми свойствами, т.к. каждое слово, становясь компонентом ФЕ, приобретает двойственную сущность: оно входит в состав структурно и семантически сложного целого как его интегральная часть, сохраняя в то же время потенциальные качества самостоятельной семантической единицы”¹.

Начало изучения контекстуального употребления фразеологизмов датируется концом шестидесятых годов прошлого столетия. Выдающийся российский ученый А.В. Кунин стал первым из отечественных ученых, который стал изучать окказиональные изменения ФЕ². Имен-

но он впервые ввел в научный оборот лингвистические термины «узусальное употребление» и «окказиональное употребление» ФЕ и определил три типа фразеологического контекста: внутрифразовый, включающий фразеологизм и его актуализатор, выраженный словом или словосочетанием в составе простого или сложного предложения; фразовый, включающий ФЕ и актуализатор, выраженный предложением; и сверхфразовый, представляющий собой сложное синтаксическое целое, состоящее из предложений, объединенных в смысловом и синтаксическом отношении.

Несмотря на определенные расхождения в терминологии, употребляемой исследователями фразеологами, можно, несомненно, выделить два основных способа контекстуального употребления фразеологических единиц: использование контекстуально нетрансформированных ФЕ и использование контекстуально трансформированных ФЕ. Данное деление признается абсолютным большинством исследователей.

Первый способ подразумевает использование фразеологизмов в контексте в их основной, словарной форме. Второй способ, как показывает само название, указывает на различного рода трансформации при окказиональном употреблении фразеологических единиц.

Для того, чтобы перейти непосредственно к изложению результатов исследования, необ-

¹ Шадрин, Н.Л. Перевод фразеологических единиц и сопоставительная стилистика / Н.Л. Шадрин. – Саратов: Изд-во Саратовского ун-та, 1991. С. 314.

² Кунин, А.В. Основные понятия английской фразеологии как лингвистической дисциплины и создание англо-русского фразеологического словаря: дис. ... д-ра филол. наук. – М., 1964; Кунин, А.В. Основные понятия фразеологической стилистики / А.В.Кунин // Проблемы лингвистической стилистики. – М.: МГИИЯ им. М.Тореза, 1969. – С. 71-81; Кунин, А.В. Английская фразеология (теоретический курс) / А.В.Кунин. – М.: Высшая школа, 1970.

ходимо прояснить понятие термина фразеологизм-эвфемизм. В лингвистической науке эвфемизм определяют как замену слова или выражения грубого, неприемлемого по той или иной причине словом или выражением мягкой или завуалированной коннотации. В целом ученые единодушны в определении экстралингвистической природы эвфемизмов. Эвфемия рассматривается ими как сложное и многогранное языковое явление, имеющее три взаимосвязанных аспекта: социальный, психологический и собственно лингвистический.

Также учеными определены основные причины использования эвфемизмов: предрассудки, социальные и моральные табу, необходимость смягчить неприятное известие, использование «ученых» слов, звучащих менее оскорбительно. Данные же причины, в основном, характерны и для появления фразеологизмов-эвфемизмов.

Фразеологическую эвфемизацию рассматривают в настоящее время как замену слов и выражений грубых, неприемлемых по той или иной причине фразеологическими единицами более мягкой или завуалированной номинации. Фразеологизмы-эвфемизмы представляют собой сложные языковые единства, объединяющие характерные особенности как фразеологических, так и эвфемистических единиц. Как фразеологизмам для них присущи переосмысленность значения, раздельнооформленность, стабильность (лексическая и грамматическая) с возможностью контекстуальных трансформаций, образность и высокая значимость коннотации в структуре их фразеологического значения. Как эвфемизмы они представляют собой единицы косвенной номинации, главной целью которой является смягчение и вуалирование табуированных или социально и морально порицаемых денотатов реальных.

В нашем исследовании мы обращаемся к анализу как «новых и неожиданных обозначений» ряда табуированных, вуализированных сущностей, так и так называемых «стилистически стертых» эвфемизмов типа «отдать богу душу». Данное решение обосновано тем фактом, что как первые, так и вторые отвечают основному принципу эвфемизации – смягчению, замене чего-либо грубого, непристойного или неприемлемого в обществе, и использованию вместо табуированных, неприемлемых в силу тех или иных причин понятий. А.М.Кацев справедливо отмечает, что разные эвфемизмы наделены способностью смягчать эффект высказывания в разной степени. «Частота использования ведет, естественно, к упрочению ассоциативных связей между новым наименованием и старым

значением... Эвфемистичность снижается не сразу и далеко не у всех эвфемизмов...»¹. Примеры употребления фразеологизмов-эвфемизмов отобраны из двух корпусов: британского и русского, а также Интернета и словаря Р.Холдера².

В разделе монографии, рассматривающем использование фразеологических единиц в их основной, нетрансформированной словарной форме и значении (core use – по терминологии А. Начисчионе), латвийская ученая указывает, что подобное использование ФЕ является «отличным» (perfect) примером, поскольку именно в этой форме фразеологизмы понимаются и используются большинством говорящих. В то же время при таком использовании не наблюдается дополнительных стилистических изменений, поскольку ФЕ функционируют ожидаемым и предсказуемым образом³.

Рассматривая прагматический потенциал узуальной коннотации фразеологизмов, А.Ф. Артемова отмечает, что «... вступая в определенные связи с текстом, фразеологические единицы могут являться одним из основных средств, определяющих прагматическое воздействие на реципиента, являться доминирующим в реализации прагматической направленности текста, реализуя без каких-либо изменений только узуальную, т.е. закреплённую в языковой системе лингвопрагматическую коннотацию»⁴.

Наиболее характерные особенности употребления нетрансформированных фразеологических единиц в контексте представлены в монографии А. Начисчионе, кандидатских диссертациях А. Алдаибани, А. Галиевой, А. Абдуллиной, коллективной монографии казанских ученых «Контекстуальное использование фразеологических единиц»⁵. К данным особенно

¹ Кацев, А.М. Языковое табу и эвфемия / А.М.Кацев. – Л.: ЛГПУ, 1988. С.41.

² www.natcorp.ox.ac.uk; www.ruscorpora.ru; Holder, R.W. A Dictionary of Euphemisms. How Not to Say What You Mean. - New York: Oxford Univ. Press, 2007.

³ Naciscione, A. Stylistic Use of Phraseological Units in Discourse / A. Naciscione. – Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2010.

⁴ Артемова, А.Ф. Английская фразеология: Спецкурс. Учебное пособие / А.Ф. Артемова. – М.: Высшая школа, 2009. С. 128.

⁵ Naciscione, A. Stylistic Use of Phraseological Units in Discourse / A.Naciscione. – Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2010; Алдаибани, Ареф Али Салах. Сопоставительный анализ фразеологических единиц, выражающих интеллектуальные способности человека в англий-

стям ученые относят:

1. Использование фразеологических единиц в основной, словарной форме при неизменности значения;

2. Реализация значения фразеологизмов в узком контексте, что происходит, как правило, в пределах одного предложения;

3. Предсказуемое употребление ФЕ.

Контекстуальное использование эвфемизмов рассматривается специалистом в области изучения эвфемии А.М. Кацевым с точки зрения реализации ими эвфемистического потенциала.¹ Ученый утверждает, что, во-первых, разные эвфемизмы в разной степени наделены способностью смягчать эффект высказывания. Во-вторых, даже один и тот же эвфемизм в разных условиях контекста может в неодинаковой мере реализовать свой эвфемистический потенциал. Вследствие этого А.М. Кацев выделяет в функциональном аспекте по меньшей мере три основные группы эвфемизмов: стертые эвфемизмы, истинные эвфемизмы в функции смягчения, и истинные эвфемизмы в функции смягчения с сопутствующими стилистическими эффектами. Необходимо обратить внимание на тот факт, что в третьей группе автором приводятся примеры употребления фразеологического каламбура (т.е. семантического изменения без изменения словарной формы эвфемизма) и расширенной метафоры. В качестве эвфемизмов второй группы, т.е. истинных эвфемизмов, «... нередко выступают эвфемизмы, созданные на данный случай, которые в литературе иногда и не совсем правильно называют ситуативными»². К этой же группе автором относятся случаи преднамеренного употребления эвфемизмов, т.е. употребления не в силу привычки, а вследствие сознательной установки на эффект смягчения. Что касается эвфемизмов первой группы, то они при употреблении обладают минимально выраженной эвфемистической функцией и продолжают употребляться главным образом в силу

сложившейся традиции. Интересным примером первой группы эвфемизмов является употребление ФЭ «давать дуба» в следующем контексте:

«А с голоду подыхать – наше дело? – зашумели матросы. – Другие капитаны по минам идут, ничего не боятся! А нам, что ж, **давать дуба** из-за этого тюти капитана!» (Г. Паустовский. «Время больших ожиданий»). А.М. Кацев указывает на минимальный уровень эвфемистичности оборота «давать дуба», который обусловлен в данном случае тем фактом, что в этом же контексте параллельно употребляется прямое и грубое слово «подыхать».

Результаты проведенного нами анализа контекстуального поведения фразеологизмов-эвфемизмов наглядно свидетельствуют о том, что эвфемистический эффект высказывания достигается, фактически, во всех случаях. В то же время его уровень может быть различен. При обыгрывании образа, лежащего в основе ФЭ, он достигается в максимальной степени. При узуальном использовании фразеологизмов-эвфемизмов (использование в узуальной форме и значении) эвфемистический эффект снижен, однако он достаточно ощутим. Приводимые ниже примеры подтверждают данное положение.

В ряде случаев авторы заключают фразеологизм-эвфемизм в кавычки для облегчения его распознавания читателем:

Jennie confessed that her sister accused her of letting me ‘**act like a husband**’. She must have seen a stain on my chemise³.

Она не «**вавилонская блудница**», чтобы так обнажаться. (Н. Евреинов. «Любовь под микроскопом»).

Вытирает рукой пот у шеи и с бровей. Часто приходит «**под шофе**». «Ты лучше других и умней, - говорит он мне и добавляет: - По некоторым соображениям отпускаю вас всех». (В. Давыдов. «Театр моей мечты»).

Основная цель использования фразеологизмов-эвфемизмов во всех трех примерах – завуалированное обозначение социально и морально порицаемых денотатов реальных – сожительства с женщиной вне брака, проституции и пьянства. Таким образом, эвфемистический эффект во всех трех примерах является выраженным.

В следующих трех примерах мы также наблюдаем узуальное использование фразеологизмов-эвфемизмов, главной функцией упот-

ском и русском языках: дис. ... канд. филол. наук / Ареф Али Салах Алдаибани. – Казань, 2003; Галиева, А.Т. Синонимия глагольных фразеологических единиц, выражающих отношения между людьми, в немецком и татарском языках: дис. ... канд. филол. наук / А.Т. Галиева. – Казань, 2004; Абдуллина, А.Р. Контекстуальные трансформации фразеологических единиц в английском и русском языках: дис. ... канд. филол. наук / А.Р. Абдуллина. – Казань, 2007; Контекстуальное использование фразеологических единиц / Под ред. проф. Е.Ф. Арсентьевой. Коллективная монография. – Казань: Хэтер, 2009.

¹ Кацев, А.М. Языковое табу и эвфемия / А.М. Кацев. – Л.: ЛГ ПУ, 1988.

² Там же. С. 45.

³ Holder, R.W. A Dictionary of Euphemisms. How Not to Say What You Mean. - New York: Oxford Univ. Press, 2007.

ребления которых является эвфемистическая, а именно: не «нелегальные наркотики для цели боди-билдинга», а «дополнительные средства», не «понос», а «Адриатический животик», не «тюрьма» или «ссылка», а «места не столь отдаленные»:

What is certain is that a large number of GDR sportsmen used '**additional means**'¹.

In the end a bout of **Adriatic tummy** had persuaded them to cut their losses and fly home a week early².

Мы не добродушны – это правда, но откуда же нам было набраться добродушия, если еще двадцать лет назад русак легко мог угодить **в места не столь отдаленные** за язвительный анекдот. (В. Пьецух. «Уроки родной истории»).

Вуализирующую эвфемистическую функцию можно явно проследить в следующем примере, где значение «неспособность продолжать боевые действия в результате нервного расстройства» (жаргонное американское выражение, возникшее во время Вьетнамской войны) буквально выражено как «острая реакция на окружающую среду»:

Most Americans would rather be told that their son is undergoing **acute environmental reaction** than to hear that he is suffering from shell shock³.

Перифрастическое описание борделя как «жилища любви» сопровождается в следующем контексте использованием явно мелиоративных лексических единиц «чистота» (cleanliness), «респектабельность» (respectability), и выражения «все в порядке» (all in order), усиливающих эвфемистическую функцию фразеологизма:

These **abodes of love** seen from the other side are strangely transfigured. All in order, cleanliness and respectability. (Londress).

Эвфемизации следующего высказывания торговца наркотиками также способствует завуалированное обозначение марихуаны как «колумбийского золота»:

Hey man, do you wanna smoke some **Columbian Gold** in my new bond or would you rather smoke some more of that Redbud? (Urban Dictionary).

В следующем примере мы являемся свидетелями узуального использования (как формы, так и значения) фразеологического эвфемизма «не все дома», функция смягчения также достигается употреблением уменьшительно-ласкательной формы слова «паренька»:

Смотритель заметил: возможно, у парень-

ка **не все дома**, но, сдается мне, он не настолько глуп, чтобы отвинчивать краны, это сделали вы, и я пожалуюсь домоуправу Сорокину. (С. Соколов. «Школа для дураков»).

Приведем еще несколько примеров.

When they both **snuff it** --; Streep is pushed down the stairs and Hawn shot--; the movie's special effects come into their own... (CBC 7005).

Всеволод Эмильевич хотел открыть газ – **уйти из жизни**. (Э. Герштейн. «Лишняя любовь»).

Ему угрожали новой Сибирью, и он добровольно решил **уйти из жизни**. (Ю. Безелянский. «Наблюдать за казнью? Что может быть интереснее?»).

Во всех трех вышеприведенных примерах использованы ФЭ со значением «умереть». В первых двух предложениях контекст детализирует способ ухода из жизни описываемых персонажей, в результате чего происходит снижение эвфемистического эффекта использования данных единиц. Поэтому главной функцией употребления фразеологизмов-эвфемизмов в данном случае можно считать художественно-образную, поскольку простое употребление лексем «to die» и «умирать» упростили бы канву повествования.

Поэтизации образа как интенции автора (не «седые волосы» как признак возраста, а «серебро волос») в значительной степени способствует употребление фразеологизма-эвфемизма в своей словарной форме:

Никогда не забуду Белого, загоревшего за этот день до какого-то чайного, самоварного цвета, от которого еще синей синели его явно азиатские глаза, на фоне сквозь бруссы клетки зеленью и солнцем брызжащей лужайки. Откидывая **серебро волос** над медью лба: - Хорошо ведь? (М.Цветаева. «Пленный дух (Моя встреча с Андреем Белым)»).

Значительный стилистический эффект достигается при употреблении фразеологизма-эвфемизма в несвойственном ему контексте. По терминологии Н.Л. Шадрина, в данном случае речь идет о нарушении предметно-логической дистрибуции.⁴ В наших примерах подобный семантический сдвиг наблюдается при перенесении действий и явлений, носящих антропоцентрический характер (поскольку большинство фразеологизмов-эвфемизмов семантически направлено на человека), на неодушевленные предметы или явления, что мы наблюдаем в названии следующей статьи: «Активы ЮКОСА

¹ Там же.

² Там же.

³ Там же.

⁴ Шадрин, Н.Л. Перевод фразеологических единиц и сопоставительная стилистика / Н.Л. Шадрин. – Саратов: Изд-во Саратовского ун-та, 1991.

разрешаются от бремени».¹ Исследователи не раз отмечали особую роль фразеологизмов в языке СМИ. «Фразеологизмы усиливают прагматическую направленность публицистического текста: они служат не только для привлечения внимания, эмоционально-экспрессивного и эмоционально-образного воздействия на читателя, но и формируют оценочность высказывания. Чаще всего все эти функции находятся в сложном переплетении и взаимодействии»². В приведенном выше примере мы наблюдаем явно выраженную ироническую функцию, а употребление эвфемизма служит для привлечения внимания читателей к самой статье.

В следующем английском примере антропоцентрическая ФЭ «to leave the minority» со значением «умирать» употреблена по отношению к закону, ироничное отношение к которому также выражено с помощью словосочетания «at last» - «наконец»:

At last the law **left the minority**. (EDE 1554).

В приводимых далее двух примерах, в отличие от предыдущего, где была использована контекстуально-нетрансформированная форма ФЭ, нарушение предметно-логической дистрибуции также сопровождается окказиональными трансформациями: заменой компонента в первом случае и вклиниванием, во втором:

Миша плевал с балкона вниз, помнил детство, **ушедшее к праотцам**, и с надеждой осматривал незыблемый, словно мировая культура, мир, расположенный вокруг. (Е. Радов. «Змеесос»).

Как тюремный засов **разрешается звоном от бремени**, от калмыцких усов над улыбкой прошедшего времени, так в ночной тишине, обнажая надежды беззубые, по версте, по версте отступает любовь от безумия. (А. Мирзаян. «Как тюремный засов разрешается звоном от бремени»).

Образному художественному восприятию давно ушедшего действия способствует использование ФЭ «отправиться к праотцам» в первом примере. Также вполне очевидна ярко выраженная стилистическая функция поэтизации образа в поэтическом произведении во втором примере.

Фразеологический каламбур

Фразеологический каламбур рассматривается как преобразование, не нарушающее структуру фразеологизма, т.е. план его выражения. В

то же время метафорический перенос значения играет значительную роль у большинства фразеологических единиц. «Согласно последним исследованиям буквальное значение слова, использованного в переносном смысле, не только не исчезает, но и играет значительную роль в интерпретации метафоры, следовательно, метафоры, лежащие в основе создания фразеологического значения, являются «живыми» для носителей языка и составляют важную часть их концептуальной системы»³. Фразеологический каламбур представляет собой обыгрывание прямого (буквального) и переносного значений фразеологической единицы под влиянием контекста, при этом основная словарная форма фразеологизма остается без изменений. Таким образом, контекст можно рассматривать в качестве стилистического актуализатора двойного прочтения значения ФЕ.

В лингвистической литературе данный стилистический прием имеет и другие терминологические обозначения: фразеологическая игра, двойная актуализация, буквализация компонентов фразеологизма. А. Начисчионе уделила значительное внимание изучению фразеологического каламбура в двух монографиях, отмечая, что он позволяет проследить когнитивный процесс создания фразеологического образа и раскрыть секрет двойной интерпретации⁴.

В своей монографии А.М. Кацев приводит несколько примеров каламбура, включая и фразеологический, при рассмотрении третьей группы эвфемизмов – так называемых истинных эвфемизмов с дополнительными стилистическими эффектами, говоря о реализации их эвфемистического потенциала⁵. Ученый отмечает, что основным эффектом каламбура является юмористический, при этом создание комических недоразумений может быть целью использования данного стилистического приема.

В нашем материале прием фразеологического каламбура встречается достаточно редко, в ряде случаев он сочетается с расширенной метафорой.

Приведем английский пример:

³ Контекстуальное использование фразеологических единиц / Под ред. проф. Е.Ф. Арсентьевой. Коллективная монография. – Казань: Хэтер, 2009. С. 12.

⁴ Naciscione, A. Phraseological Units in Discourse: towards Applied Stylistics / A. Naciscione. – Riga: Latvian Academy of Culture, 2001; Naciscione, A. Stylistic Use of Phraseological Units in Discourse / A. Naciscione. – Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2010.

⁵ Кацев, А.М. Языковое табу и эвфемия / А.М. Кацев. – Л.: ЛГПУ, 1988.

¹ www.kommersant.ru/doc.aspx?DocsID=783359

² Контекстуальное использование фразеологических единиц / Под ред. проф. Е.Ф. Арсентьевой. Коллективная монография. – Казань: Хэтер, 2009. С. 45.

- Have you heard the news? Tom **joined the majority** yesterday.

- You don't say so! He is so fond of going his own way. (COE 943).

Помимо эвфемистической функции ФЭ «to join the majority» - «умереть» мы наблюдаем и создание юмористического эффекта, построенного на комическом недоразумении – понимании в прямом значении «присоединиться к большинству» английского фразеологизма-эвфемизма вторым собеседником, усиленного использованием еще одного фразеологизма «to go one's own way» со значением «идти своим путем».

Одновременная реализация переносного значения «в тюрьме» и прямого значения «вне города, за городом» фразеологизма-эвфемизма «out of town», использованного одним из собеседников для смягчения неприятного известия, также приводит к комическому недоразумению и созданию юмористического эффекта:

- Do you know that he is **out of town** now?

- Has he gone to the village to his sister? (EIM 447).

В следующем примере фразеологическая игра построена на одновременной реализации прямого и переосмысленного значений фразеологизма-эвфемизма «a bun in the oven» - «беременная», буквальный перевод которого «булочка в печке». Восстановлению прямого значения способствуют ближайший контекст, а именно, использование глагола с послелогом «move with» и притяжательного местоимения «your»:

Unless you are placed on bed rest, moving with your **bun in the oven** can be a rewarding experience. ("The Stock Magazine").

Игра слов в следующем примере основана на восприятии носителями русского языка особенностей английского характера и манеры поведения и «столкновения» такого понимания с

переносным значением «рахит» фразеологизма-эвфемизма «английская болезнь»:

«**Английская болезнь**» не всегда консерватизм. Иногда это – просто рахит. (М. Булгаков. «Английские булавы»).

В последнем примере повторение компонента «положений» фразеологического эвфемизма «в положении» способствует достижению юмористического эффекта:

В каком **положении** спать, когда я в **положении**?¹

Во всех приведенных выше примерах фразеологического каламбура, помимо создания юмористического эффекта, мы также наблюдаем сохранение эвфемистической функции фразеологизмов-эвфемизмов, основанной на нейтральной образности данных единиц.

Итак, в результате проведенного нами анализа контекстуального поведения нетрансформированных фразеологизмов-эвфемизмов было выявлено, что эвфемистический эффект высказывания достигается, фактически, во всех случаях, в том числе при нарушении предметно-логической дистрибуции ФЭ и использовании фразеологического каламбура. В то же время его уровень может быть различен. При узуальном использовании ФЭ (использование нетрансформированных ФЭ, т.е. в узуальной форме и значении) эвфемистический эффект снижен, однако он достаточно ощутим. Сила его выраженности определяется интенцией автора, который использует соответствующее контекстуальное окружение ФЭ. При этом также может наблюдаться реализация дополнительных функций: поэтизация образа, достижение юмористического эффекта и т.д. В максимальной степени он достигается при обыгрывании образа, лежащего в основе ФЭ, в первую очередь, при использовании фразеологического каламбура.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Абдуллина, А.Р. Контекстуальные трансформации фразеологических единиц в английском и русском языках: дис. ... канд. филол. наук / А.Р. Абдуллина. – Казань, 2007. – 167 с.
2. Алдаибани, Ареф Али Салах. Сопоставительный анализ фразеологических единиц, выражающих интеллектуальные способности человека в английском и русском языках: дис. ... канд. филол. наук / Ареф Али Салах Алдаибани. – Казань, 2003. – 199 с.
3. Артемова, А.Ф. Английская фразеология. Спецкурс: учебное пособие / А.Ф. Артемова. – М.: Высшая школа, 2009. – 208 с.
4. Галиева, А.Т. Синонимия глагольных фразеологических единиц, выражающих отношения между людьми, в немецком и татарском языках: дис. ... канд. филол. наук / А.Т. Галиева. – Казань, 2004. – 192 с.
5. Кацев, А.М. Языковое табу и эвфемия / А.М. Кацев. – Л.: ЛГПУ, 1988. – 80 с.
6. Контекстуальное использование фразеологических единиц: коллективная монография / под ред. проф. Е.Ф. Арсентьевой. – Казань: Хэтер, 2009. – 168 с.

¹ www.pregnancycalendar.ru

7. Кунин, А.В. Основные понятия английской фразеологии как лингвистической дисциплины и создание англо-русского фразеологического словаря: дис. ... д-ра филол. наук. – М., 1964. – 1229 с.
8. Кунин, А.В. Основные понятия фразеологической стилистики / А.В. Кунин // Проблемы лингвистической стилистики. – М.: МГИИЯ им. М.Тореза, 1969. – С. 71-81.
9. Кунин, А.В. Английская фразеология (теоретический курс) / А.В. Кунин. – М.: Высшая школа, 1970. – 344 с.
10. Шадрин, Н.Л. Перевод фразеологических единиц и сопоставительная стилистика / Н.Л. Шадрин. – Саратов: Изд-во Саратовского ун-та, 1991. – 220 с.
11. Holder, R.W. A Dictionary of Euphemisms. How Not to Say What You Mean. - New York: Oxford Univ. Press, 2007. – 506 p.
12. Naciscione, A. Phraseological Units in Discourse: towards Applied Stylistics / A. Naciscione. – Riga: Latvian Academy of Culture, 2001. – 283 p.
13. Naciscione, A. Stylistic Use of Phraseological Units in Discourse / A. Naciscione. – Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2010. – 292 p.

УДК: 811.111-112:81'42

ББК: 81

Денисова Г.Л.

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КОНЦЕПТА LOVE В СТАРЫХ АНГЛИЙСКИХ ВАЛЕНТИНКАХ

Denisova G.L.

REPRESENTATION OF CONCEPT 'LOVE' ON OLD ENGLISH VALENTINES

Ключевые слова: концепт LOVE, концептуальный признак, английская валентинка, креолизованный текст, когнитивная лингвистика.

Keywords: concept LOVE, conceptual sign, English valentine, creolized text, cognitive linguistics.

Аннотация: в статье выделяются признаки концепта LOVE: 'чувство, рождаемое в сердце', 'благословлённое небесами', 'объединяющее пару', 'сильное, связанное с эмоциональными переживаниями', 'вечное', 'предопределённое благоприятным течением обстоятельств'. Подробно рассматриваются вербальные и изобразительные средства их репрезентации в старых английских валентинках. Автор обращает внимание на характеристики влюблённых, на релевантность ассоциаций на мифы, легенды и народные поверья и приходит к выводу, что в старых английских валентинках любовь представлена как романтическое чувство.

Abstract: the article deals with signs of concept LOVE which presents feeling that is 'placed in the heart'; 'blessed by heaven'; 'a union of two'; 'connected with strong emotions'; 'everlasting'; 'conditioned by good luck'. The article gives a detailed analysis of verbal and iconic means of their representation on old English valentines. The author draws our attention to specifics of loving characters, relevance of myths, legends and omens and arrives at a conclusion that love on old English valentines is presented as a romantic feeling.

Материалом нашего исследования стали старые английские валентинки. Повод, по которому носители английского языка обмениваются валентинками, – День Святого Валентина (день влюблённых), – не позволяет сомневаться в том, что заключённые в них сообщения¹ эксплицируют представление носителей английского языка о любви как о некотором смысле, который отражает содержание опыта и знания, содержание результатов человеческой деятельности и процессов познания мира. В современной лингвистике для обозначения подобных оперативных содержательных единиц памяти; единиц обработки, хранения и передачи знаний используется термин «концепт».²

Сообщения, передаваемые с помощью ва-

лентинок, интересны тем, что в них задействованы коды разных семиотических систем. Открытки ко Дню Святого Валентина представляют собой единство вербальных и невербальных средств передачи сообщения, другими словами, они обладают признаками креолизованных текстов. «Креолизованные тексты – это тексты, фактура которых состоит из двух негомогенных частей: вербальной (языковой / речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык)».³ В создании сообщения, которое передаёт валентинка, участвуют наряду с языковыми манифестациями также рисунки, мимика, жесты, графическая сегментация текста, его расположение на бумаге, цвет, курсив, которые Е. Е. Анисимова относит к паралингвистическим средствам текста.⁴

Объединяющим началом валентинок является тема любви. Но даже беглое знакомство с выборкой открыток позволяет отметить особенности выражения представлений о любви в период становления данного жанра и в эпоху урбанизации и компьютерных технологий. В пе-

¹ Термин «сообщение» мы используем вслед за А.А. Чувакиным, который отмечает, что данный термин может быть использован относительно всех видов текстов «независимо от их фактуры (лат. *Facture* – обработка, строение), их отношения к «высокой» культуре» [Чувакин, 2011: С. 14]

² Кубрякова, Е.С. Краткий словарь когнитивных терминов / под ред. Е.С. Кубряковой. – М.: Филол. фак-тет МГУ им. М.В. Ломоносова, 1996. – С. 90; Маслова, В.А. Введение в когнитивную лингвистику: учеб. пособие / В.А. Маслова. – М.: Флинта: Наука, 2004. – 296 с.; Колесов, В.В. Язык и ментальность / В.В. Колесов. – СПб.: Петербургское Востоковедение, 2004. – С. 20.

³ Сорокин, Ю.А., Тарасов, Е.Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. – М., 1990. – С. 180.

⁴ Анисимова, Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов): учеб. пособие для студ. Фак. Иностр. Яз. Вузов. – М.: Академия, 2003. – С. 6 – 7.

риод становления жанра элементы изображения ассоциируются с мифологическими представлениями, в то время как в современных валентинках подобные элементы изображения не используются. Указанное обстоятельство даёт основание для разделения рассматриваемых сообщений на две группы – старые валентинки и современные валентинки.

Особенности валентинок – проекция на концепт LOVE, паралингвистическая активность сообщения, возможность разделения на две группы: старые и современные валентинки – предопределили цель нашей работы – анализ особенностей отражения концепта LOVE (языковыми и паралингвистическими средствами) в старых английских валентинках.

Анализ старых валентинок (далее валентинка / открытка) позволил выявить основные векторы ассоциаций, которые вызываются сообщением в единстве вербальной манифестации и изобразительных средств. Возможность реализации того или иного направления ассоциаций, безусловно, предопределяются признаками концепта LOVE как представления о чувстве, которое испытывает адресат сообщения. Проведённый анализ валентинок выявил следующие концептуальные признаки – это чувство, ‘рождаемое в сердце’; ‘благословлённое небесами’; ‘объединяющее пару’; ‘сильное, связанное с эмоциональными переживаниями’; ‘вечное’; ‘предопределённое благоприятным стечением обстоятельств’.¹

Эксплицитное выражение или косвенное указание на ряд признаков рассматриваемого концепта можно обнаружить уже в ходе дефиниционного анализа в толкованиях лексем² *love* и *to love*, показывающих высокую степень частотности в вербальных манифестациях (*Love's Greeting, With Love's Greeting, A Message True Love, A Token of Love, A Gift of Love, To One I Love*), и лексемы *heart* (*My Heart's Greeting*), которая проецируется на изображение сердечка или сердечек на открытках по случаю Дня Святого Валентина, которое также показывает высокую степень частотности.

Эксплицитное указание на концептуальный признак ‘любовь - чувство, рождаемое в сердце’, обнаруживаем в толковании лексемы *heart* в словарях А.С. Хорнби ‘*centre of the emo-*

tions, esp love’³ и Коллинза ‘this organ considered as the *seat of life and emotions, esp love*’.⁴ В приведённых определениях на данный концептуальный признак однозначно указывают словосочетания *centre of love* и *the seat of love*, в состав которых входят лексемы с пространственной семантикой. Закрепление данного признака концепта LOVE как его ведущего концептуального признака наблюдаем во фразеологическом фонде английского языка. Устойчивые словосочетания с лексемой *heart* образуют синонимические ряды со словосочетаниями, в состав которых входит лексема *love* (*come to love, fall in love*): *to give one's heart to smb.* (полюбить кого-л.), *to lose one's heart* (влюбиться, отдать своё сердце кому-л, вспылать любовью к кому-л.), *to steal smb.'s heart* (завоевать чьё-либо сердце), *to win smb.'s heart* (добиться чьей-либо любви; покорить чьё-либо сердце).

Выделенный концептуальный признак находит подтверждение в вербальных манифестациях, используемых в открытках ко Дню Святого Валентина. К примеру, адресант просит последовать призыву его любящего сердца (*Follow my loving heart's call*), утверждает, что хранит образ любимой и её имя в своём сердце: *The Name I've carved / On this tree so fine... / Is carved as well / On this heart of mine. *** I have a secret in my heart, / To you it may be known in part...* К представлению о сердце как о месте, в котором хранят любимый образ, обращаются художники, изображая ангелочков, рисующих на сердце силуэты любимых. Почти на каждой валентинке в той или иной форме присутствует изображение сердечек. Сердце может находиться в центре композиции или использоваться как форма, в которую вписывается текст или изображение. Форму сердца могут принимать переплетающиеся цветы или изображённые на открытке предметы (к примеру, воздушный шар или воздушные шарик). Сердечки образуют общий фон, являются элементом декора, украшают изображённые на открытке предметы: зонтики, ткань платья, музыкальные инструменты, воздушный шар и т.д.

Как косвенное указание на признак ‘любовь - чувство, благословлённое небесами’ концепта LOVE можно рассматривать пояснение к лексеме *love*, приведённое в словаре

¹ Перечисление категориальных признаков дано по убывающей соответственно частотности из проявления в сообщениях.

² Одноязычные толковые словари дают возможность опереться на коммуникативную компетенцию носителя английского языка, что повышает достоверность получаемых результатов.

³ Hornby, A.S. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English / A.S. Hornby; при участии А.П. Койи. – Oxford; Москва: Oxford University Press; Русский язык, 1982. – С. 397.

⁴ Collins English Dictionary: for Lingvo 12 [электронный ресурс]. - 8th Edition first published in 2006.

А.С. Хорнби *'personification of love, i. e. Cupid'*, и толкование лексемы *Cupid 'Roman god of love; (picture or statue of a) beautiful boy (with wings and a bow and arrows) as symbol of love'*,² в которых подчёркивается, что Купидон является олицетворением любви и её символом. Последнее объясняет, почему при формулировке темы любовного послания ко Дню Святого Валентина лексема *love* и имя собственное *Cupid* ведут себя как контекстуальные синонимы: *A Message of Love = Cupid's Message*. На одной из открыток изображение Купидона сопровождается вербальной манифестацией *King of hearts*, в которой с помощью когнитивной метафоры *King* определяется роль Купидона, властвующего в любящих сердцах, нащёптывающего в милое ушко слова любви: *Cupid has not time to waste, / So He flies in urgent haste, / What He means to whisper low, / Is: "Sweetheart, I love You so!"* Неразрывная связь деятельности Купидона и чувства любви, вместилищем которого является сердце, акцентируется и в вербальной части валентинок. Над сердцем он властвует, в него он входит и остаётся там, рождая чувство любви: *Let Cupid in your Heart enshrine, Love for me, sweet Valentine*.

Инструментами, которые использует Купидон, сражая человека чувством любви, являются его лук и стрелы, которые, согласно вышеприведённому толкованию из словаря А.С. Хорнби, представляют собой его неотъемлемые атрибуты. Последнее позволяет художнику-автору валентинки использовать изображение лука и стрел или стрелы в заместительной функции как намёк на незримое присутствие Купидона. Изображение на открытке девушки с луком и стрелами в руках, летящей стрелы, двух сердец или сердца, пронзённого стрелой – примеры обращения к данному приёму.

Следует отметить, что на валентинке Купидон изображается не юношей, а шаловливым ребёнком, который может беззаботно играть с зонтиком, греть руки над пламенеющими сердцами, развлекаться, стреляя из лука по сердечкам, играть на арфе. Больше похожи на розовощёких и пухленьких младенцев и резвящиеся в его компании ангелочки, которые ловят на удочку, используя в качестве наживки сердечки, гоняются за белыми голубями, катаются на лодочке, управляют воздушными шарами и самолётами старого образца, штопают разбитые сердца или рисуют на них образы любимых.

В ряду небесных созданий, изображаемых на открытках, выделяется пара, которая предпо-

читает поводить время вместе, качаясь на качелях или стряхивая с деревьев зрелые плоды в виде сердечек, – это влюблённые друг в друга Амур (Эрот) и Психея, изображаемая в образе девочки с крыльями бабочки. В число небесных созданий, изображаемых на открытках, можно отнести также белого голубя, посланца Венеры, который считался доброй птицей, приносящей влюблённым удачу. В вербальной части открыток находим подтверждение, что от белого голубя ждут доброй весточки: *I ask this boon in friendship name...* Использование вышеперечисленных изображений формирует впечатление, что влюблённые находятся под покровительством и защитой высших сил.

Это впечатление поддерживается в вербальной составляющей валентинки. О любви адресанта говорят ангелы на небесах: *Of my Love, the Angels in Heaven might tell*. Влюблённый уверен, что суженая предназначена ему божественным проведением: *God must have sent you into my live, so there would always be LOVE in my heart!* И если объект обожания ответит взаимностью, адресант будет на седьмом небе от счастья вместе со своей возлюбленной: *If you will me my own true Love, / I'll soar with you in clouds above*. В нашем представлении, во второй части высказывания словосочетание *in clouds above* используется для передачи высшей степени наслаждения и выводит на представление о небесах как месте, где достигается высшее блаженство (*heaven - 'place, state of supreme happiness'*).³ На некоторых открытках изображение небес (*heaven*) служит задним фоном для изображения сюжета. Это яркое чистое небо над радующим глаз пейзажем или пушистые белые облака, из которых выглядывают ангелочки, т.е. осуществляется проекция на лексико-семантический вариант лексемы *heaven 'the abode of God and the angels'*.⁴ Другими словами, при отражении концептуального признака 'любовь - чувство, благословлённое небесами' можно констатировать ясно выраженную мифологическую составляющую.

Отражение концептуального признака 'любовь - чувство, объединяющее пару' осуществляется на открытках в направлении о градуированном представлении 'сближение → союз' и представлении о паре влюблённых.

При реализации вектора 'сближение → союз' наблюдаем яркую мифологическую составляющую. В изобразительную часть сообщения вводится образ Гименея (*Hymen 'Greek god*

¹ Hornby, A.S. Указ. соч. С. 505.

² Там же, С. 210.

³ Там же, С. 398.

⁴ Collins Указ. соч.

of marriage').¹ Гименей появляется на валентинке в образе кузнеца, работающего у наковальни: он сковывает сердечки парами. Образ, соотносимый с результатами работы Гименей, обнаруживается во внутренней форме фразеологизмов *bonds of matrimony*; *conjugal bond*; *join / unite in wedlock*. Словосочетание *conjugal bond* предполагает вариативность второй непосредственно составляющей *conjugal tie / knot*. Указанное обстоятельство представляет интерес в связи с тем, что на открытках изображаются верёвочки с узелками и ленточки, завязанные бантом. Следует отметить, что лексемы *tie* и *knot* – многозначны. В прямом значении они могут быть использованы для обозначения верёвочек с узелками и ленточек, завязанных бантом, которые изображаются на валентинках: *tie* 'a short piece of string used for fastening something';² *knot* 'a point where string, rope is tied together'.³ Но они актуализируют и переносные значения: *tie* 'a relationship or connection between people';⁴ *knot* 'a small group of people'.⁵ В переносном значении, судя по примерам возможных сочетаний, лексема *tie* может обозначать отношения разной степени близости *old school ties* – *close ties* – *intimate ties* – *strong ties*.⁶ Вышесказанное позволяет рассматривать изображение верёвочек с узелками и ленточек, завязанных бантом, на валентинках как символическое отражение идеи 'сближение → союз' в широком диапазоне степени близости: заинтересованность – дружба – влюблённость – привязанность – брачный союз.

Широкий диапазон степени близости между представителями сильной и слабой половины человечества, охватываемый концептом LOVE, находит отражение в вариативности небесных покровителей, представленных или упоминаемых в сообщении. Наряду с Гименеем, который покровительствует парам, стремящимся, вступающим или заключившим брачный союз, на открытках появляется проказник Купидон, влезающий в окно любимой или соблазняющий её игрой на музыкальных инструментах. На одной из валентинок изображён Купидон, соединяющий любящие сердца в одно, подобно волшебнику. Изображение подкреплено вербальной манифестацией: *This Conjuror vows / Ere set of sun, / To make our Hearts / If you're willing – one*. Оба компонента – вербальная манифестация и изображение – образуют на открыт-

ке неразрывное единство: без изображения Купидона, к которому отсылает указательное местоимение *this*, теряется информация. Изображение Купидона несёт денотативную информацию, вербальная манифестация *Conjuror* – коннотативную.

На валентинках наблюдаются и другие способы выражения идеи 'сближение → союз': – обращение к объекту обожания, в основе которого лежит конструкция *to be + my + наименование объекта обожания*, в форме вопроса (*Will you be my Valentine?*** Oh, will't thou be my Valentine?*) повелительного предложения (*Accept this loving heart of mine, and be my own true Valentine*), условного предложения (*If you'll be my Sweetheart, I will be your Beau*);

– высказывание, в состав которого входит словосочетание *to be friends with: I would be friends with you, and have your love* (Shakespeare);

– риторический вопрос: *Ain't it nice to have a Sweetheart?*

В следующем примере идея 'сближение → союз' передаётся средствами иносказания – адресант говорит о встрече двух сердец – его сердца и сердца его возлюбленной: *With Hearts song I thee Greet. / Let soon our Hearts together meet*. Мотив 'соединение двух сердец' для выражения идеи 'сближение → союз' часто обыгрывается иконическими средствами: изображение одного сердца накладывается на другое, изображаются два сердца, перевязанные одной лентой или пронзённые одной стрелой.

В нашем представлении, нахождение партнёра в непосредственной близости (в границах личного пространства другого человека), прикосновение к любимому, объятие и поцелуй, отображаемые на валентинках, также относятся к иконическим средствам, которые выражают идею 'сближение → союз'. Подтверждение указанному предположению находим в вербальной части сообщения. К примеру, в следующем высказывании устанавливается логическая последовательность: признание в любви → скрепление согласия быть любимой поцелуем: *I love you darling fond and true. I'd like to steal a kiss from you*.

Иконические и вербальные средства, используемые в валентинках, отражают широкий диапазон степени близости: **заинтересованность - дружба - влюблённость - привязанность - брачный союз**.

О намерениях человека может рассказать язык его тела. Получателю сообщения свойственна семиотическая интерпретация поз себе подобных, последнее используется при выборе сюжета открытки. К примеру, на одной из них изображена пара гимназистов на скамейке в

¹ Hornby Указ. соч. С. 419.

² Macmillan English Dictionary for Advanced Learners – 2007. – Second Edition. – С. 1566.

³ Там же, С. 833.

⁴ Там же, С. 1566.

⁵ Там же, С. 833.

⁶ Collins Указ соч.

парке, девушка и юноша сидят на разных её концах. Девушка производит впечатление человека, полностью погружённого в чтение книги, которую она держит на своих коленях: она не отрывает взгляда от страниц книги. Юноша чуть склонился в сторону девушки (не нарушая её личного пространства), повернул к ней голову, его взгляд устремлён на неё, на щеках алеет румянец. Поза его тела, без сомнения, говорит о **заинтересованности** своей соседкой по скамейке.

В вербальной составляющей открытки отражение чувства заинтересованности, как правило, связано с употреблением вопросительных предложений и лексем соответствующей семантики (*ask, inquire* - 'to put a question', 'to request an answer'): *Pink roses all made in a Heart. / Thoughts of modesty do impart. / Fair maid it is all thine / Will you be my Valentine? *** I came to inquire, if you found a little heart / That perhaps belonged to me.*

Отражение **дружеских** чувств соотносится в вербальной части сообщения с употреблением лексем *friend, to befriend*: *You're not to be mentioned / with any in one breath, / So I'll say to you simply, / your True Friend till death.* Анализ толкований данных лексем свидетельствует о том, что их употребление предполагает продолжительное знакомство пары, чувство обоюдной симпатии, близости и преданности (*friend* - 'a person known well to another and regarded with liking, affection, and loyalty';¹ *befriend* - 'make a friend of / be kind and helpful to'.² В сообщении данные лексемы часто соседствуют с лексемами, используемыми для выражения более интимного чувства (*Joy befriend you, Love attend you*), другими словами в сознании носителя английского языка дружеские чувства могут перерасти в любовь.

Чувство **влюблённости** представляется в вербальной части валентинок как «растворение» личности адресанта в объекте обожания. Адресант осознаёт свою зависимость от адресата, что передаётся в сообщениях от первого лица употреблением притяжательных местоимений *thine* и *yours* в составном именном сказуемом в позиции предикатива, и глаголов с семантикой принадлежности: *My devoted heart is thine, / Thee I love my Valentine. My heart and hopes are yours, / They all belong to you!*

Чувство **привязанности** выражается в вербальной части сообщения с помощью лексемы *devotion*: *With Love and Devotion.* Давая интерпретацию данной лексеме, А.С. Хорнби ис-

пользует слово *love*, употребляя в позиции левого определения к нему прилагательные *deep* и *strong*: '*deep, strong love*',³ которые в контексте употребления могут быть определены как интенсификаторы,⁴ указывающие на высокую степень интенсивности чувства, его глубину: *deep* = *strong* = *intense*. Отражение чувства привязанности в вербальной и иконической частях валентинок выводит на смежные представления: верность избраннику и вечность истинной любви. Последнее объясняет изображение незабудок и уединённых мест (иногда в контурах сердца), где влюблённые имели обыкновение встречаться, а также употребление в вербальной части глаголов, выражающих тоску адресанта по адресату (*I miss you*) и просьбу, не забывать его (*Sweetheart think of me*).

Прямую связь с идеей **брачного союза** в вербальной части открыток имеют лексемы, образующие словообразовательный ряд со словом *marriage*, которое в рассматриваемом контексте актуализирует одно из значений: 1) '*a wedding*'; 2) '*the relationship between two people who are husband and wife*'.⁵ В нижеприведённом примере такой лексемой является глагол *to marry*: *I love you, little Sweetheart mine, / And want you for my Valentine; / Cupid has told me on the sly / That we shall marry by and by.* В изобразительной части валентинок выражение идеи брачного союза, как это было отмечено выше, имеет яркую мифологическую окраску и связывается с фигурой Гименея. Паралингвистическими средствами, связанными с образом Гименея, являются изображения золотых цепочек и обручальных колец, которые символизируют брачные узы (*marriage bonds*).

На открытках, раскрывающих тему брачного союза, возможно изображение гнёздышка с парой белых голубей. Следует отметить, что лексема *nest* может актуализировать как прямое значение '*a place in which birds lay eggs or give birth to young*',⁶ так и переносное '*one's own family, home*'.⁷ В толковом словаре «Macmillan English Dictionary» в переносном значении данной лексемы предикативы *warm, safe* и *comfortable* эксплицируют положительную прагматическую оценку места, на которое в определении указывает существительное *place*: '*used for re-*

³ Там же С. 237.

⁴ Интенсификаторы используются для усиления семантического значения слов «таких классов, которые имеют в своём семантическом значении «глубину», «степень», «объём» какого-то качества» [Кривоносов 2001, С. 474].

⁵ Macmillan Указ. соч. С. 923.

⁶ Collins Указ. соч.

⁷ Hornby Указ. соч. С. 61.

¹ Там же.

² Hornby Указ. соч. С. 72.

ferring to a place that is warm, safe, and comfortable.¹ Вышесказанное позволяет предположить опосредованную актуализацию с помощью изображения гнезда, в котором уютно устроились голубки, связи с представлением о доме, как об удобном семейном гнёздышке. Звуки, которые издают голуби, обхаживая голубок, обозначаются английской лексемой *coo*. Лексема *coo* входит в словосочетание *bill and coo* со значением 'exchange caresses'.² В толковом словаре «Macmillan English Dictionary» уточняется, что словосочетание обозначает романтическую беседу и взаимные поцелуи: 'if two people bill and coo, they kiss each other and talk together in a romantic way'.³ Другими словами пара белых голубей, устроившихся в гнёздышке, являются косвенной ассоциацией на представление о семейном счастье.

Рассматривая отражение концептуального признака 'любовь - чувство, объединяющее пару', следует отметить, что **тема пары** постоянно обыгрывается в изобразительной части валентинок: это – влюблённые друг в друга Амур (Эрот) и Психея, пара голубков, пара сердечек, мальчик и девочка, юноша и девушка. Взаимодействуя друг с другом, вербальная и изобразительная часть открыток создают его и её образ.

На валентинках он – восхищающийся избранницей и преклоняющийся перед ней, верный в любви. Восхищение любимой находит выражение в обращении к сравнениям (*Sugar is sweet, and so are you*), употреблении прилагательных, несущих положительную эмоционально-эстетическую оценку (*My sweetheart is lovely, a maiden so fair, no wonder my thoughts are ever with her*), и прилагательных в превосходной степени (*I've chosen a girl as my Valentine, She's the fairest and sweetest of all*). В речи к возлюбленной, влюблённый выбирает обращения, которые передают его нежные чувства к избраннице (*my Sweetheart, my Valentine, my dear Valentine, my Love, my Beloved, my fond Love*), подчёркивает, что для него она единственная (*One I love*) и он постоянно думает о ней и верен: *Forget me not! No other heart / Can ever be more true than mine, / Though many loving friends surround / Thy sunny path, my Valentine. Thou art as sweet as sweetest wine, / And I thy faithful Valentine*. К иконическим средствам, передающим восхищение любимой, мы относим коленопреклонённую позу кавалера у ног возлюбленной.

На валентинках она – невинная, ожидаю-

щая своего суженого, верная. Признак невинности в образе любимой реализуется, прежде всего, иконическими средствами. При изображении поцелуя влюблённых, который носит целомудренный характер, – поцелуй в щёчку – возлюбленная отводит взгляд в сторону: в поцелуе заинтересован её кавалер, для неё – это нечто неизведанное.

На открытках время от времени изображается окно. Данный элемент соотносится со вторым из выделенных нами признаков любимой. Окно – место, где в ожидании своего избранника, она проводит время: *Master Cupid has come in my heart to stay / And he blocks out best part of the view, / For the sits at the window the whole of the day, / And he says that he's looking for you*. Некоторым намёком на окно является абрис сердца, у которого влюблённый поёт серенаду любимой. Её место – у окна, поэтому её прекрасный образ изображается в очертаниях сердца. Девушка ждёт первого шага от молодого человека, но в её арсенале есть средства-сигналы внимания к нему, они присутствуют в изобразительной части валентинки. К примеру, на одной из них изображена девушка в бальном платье, в руках у неё сложенный веер, который она держит четырьмя пальчиками, выпрямив вперёд указательный палец. Верхним концом веера она прикасается к нижней части своей правой щеки. Вербальная манифестация *A Loving Thought* раскрывает значение её жеста. Средством привлечения внимания милого её сердцу молодого человека был для девушки кружевной платок, который можно было «нечаянно» уронить. На валентинках присутствует изображение элемента платка – кружево.

Признак верности любимой своему суженому передаётся изображением пояса невинности или намёком на него. К примеру, на одной из открыток пояс верности как щитом закрывает сердце от стрел Купидона. Намёком на пояс верности могут быть его элементы: замочек и ключик. Сердце иногда принимает форму замочка, которое ключиком открывает Амур. На ключ может нанизываться обручальное кольцо.

Верность пары в любви и невинность возлюбленной соотносятся с концептуальным признаком 'вечная' любовь. В вербальной составляющей валентинки представление о 'вечности' отражается употреблением словосочетаний *till death ('to one's dying day')*⁴ и *for ever ('without end, everlastingly, eternally')*.⁵ В следующем примере тема вечной любви передаётся описательно. В начале высказывания адресант

¹ Macmillan Указ. соч. С. 1008.

² Hornby Указ. соч. С. 81.

³ Macmillan Указ. соч. С. 132.

⁴ Collins Указ. соч.

⁵ Там же.

утверждает, что его любовь никогда не умрёт. В заключении указывается на завершающую часть жизни человека: *Dearest I greet you / With a love that cannot die / Only Fortune meet you / As the days and years roll by*. В валентинках тема вечной любви поддерживается темой сохранения в памяти переживаемого чувства: *Flowers fair I send today, / Telling of remembrance true, - / Would that they could fully say / All the good I wish for you*. На тему вечной любви проецируется изображение незабудок, с которыми связаны легенды о влюблённых. Согласно одной из них в цветы, похожие на голубые звёздочки, превратились слёзы невесты, потерявшей своего возлюбленного. Название растения *forget-me-not* представляет собой соединение элементов фразы *Forget me not!*

Указание на концептуальный признак **‘любовь - сильное чувство, связанное с эмоциональными переживаниями’** обнаруживаем в толкованиях лексем *to love* и *love*. А. С. Хорнби объясняет значение глагола *to love* следующим образом: *‘have strong affection or deep tender feelings for’*.¹ В словаре «Macmillan English Dictionary» находим следующее определение существительного *love*: *‘a very strong emotional feeling to someone’*.² Существительное *feeling* в определении лексемы *love* даёт чёткое представление о том, что имеются в виду эмоциональные переживания. Прилагательные *strong* и *deep* в позиции левого определения к существительным *affection* и *feeling* являются в данном случае контекстуальными синонимами прилагательного *intense* и указывают на высокую степень интенсивности чувства, его глубину.

Анализ содержательной части валентинок показал, что чувство, испытываемое влюблёнными, может нести как положительную, так и отрицательную оценку. Мысли о любимой могут наполнять сердце радостью: *From day to day, I tell you, dear, / The thought of you my heart does cheer*. Любовь даёт ощущение свободы, полёта, владения миром (*Love me and the world is mine*), наполненности мира любовью: *If this World, / You'd cut in two, / You'd find it filled / With Love for you*. Положительная оценка испытываемого чувства переносится и в изобразительную часть. К примеру, на одной из открыток изображён Купидон, который играет на ксилофоне из сердечек. На валентинках всегда много цветов. Несомненно, цветы вызывают чувство эстетического наслаждения и соотносятся с представлением о достижении кульминации в жизненном цикле растения – о его цветении.

Следует отметить, что часть открыток актуализирует вектор ассоциаций на любовь как чувство, связанное со страданием. В нижеприведённом примере данное направление ассоциаций актуализируется существительным *prisoner*: *A prisoner of love sends Valentine Greetings to you*. Вместе с тем, изобразительная часть рассматриваемой открытки несёт важную дополнительную информацию для понимания сообщения в целом. На валентинке изображён розовощёкий пухленький амурчик в арестантской робе и кандалах, к его ноге вместо чугунного ядра приковано сердце. Вид совсем не измученного амурчика и пояснение (*Not a Trusty*) обнаруживают определённую долю иронии в наименовании, которое адресант выбирает для самоидентификации. Казалось бы, что ассоциация на представление о страдании реализуется лексемой *captor* в вербальной манифестации *Love's captor: captor 'person who takes smb captive' → captive - 'kept as a prisoner'*.³ Вербальная манифестация *Love's captor* иллюстрируется изображением Купидона, который готов нанести удар веткой роз по обнажённой спине девушки. Но прекрасный образ девушки в венке из роз, кроткий взгляд её карих глаз, румянец на щеках, лёгкая улыбка и приветливое выражение лица Купидона не позволяют сомневаться в том, что заявленное в вербальной манифестации утверждение не стоит принимать всерьёз.

Тема страданий влюблённых поддерживается на валентинках изображением разбитых сердец и сердец в пламени огня. Связь представления о страданиях влюблённых с изображением разбитого сердца находит объяснение в образе, заложенном во внутренней форме фразеологизма *break a person's heart* (*'make him very sad'*).⁴

По нашим наблюдениям концептуальный признак **‘любовь предопределена благоприятным стечением обстоятельств’** отражается исключительно в изобразительной части валентинок. Он представлен изображениями четырёхлистного клевера и подковы, которые согласно народному поверью способствуют удаче.

Таким образом, единство вербальной и иконической составляющих старых английских валентинок формирует сложную систему ассоциативных связей. Основные векторы разворачивающихся ассоциаций предопределяются концептуальными признаками любовь - это чувство, рождаемое в сердце; благословлённое небесами; объединяющее пару; сильное, связанное с эмоциональными переживаниями; вечное;

¹ Hornby Указ. соч. С. 506.

² Macmillan Указ. соч. С. 898.

³ Hornby Указ. соч. С. 125.

⁴ Там же С. 398.

предопределенное благоприятным стечением обстоятельств. Влюблённый восхищается избранницей, преклоняется перед ней, верен в любви. Влюблённая представляется невинной, ожидающей своего суженого, верной. Выстраиваемые ассоциативные связи в значительной степени основываются на мифологических

представлениях, легендах и народных поверьях.

Акцентируемые ценностные характеристики, на которые выводят разворачивающиеся ассоциативные связи, подводят к выводу о том, что в старых английских валентинках концепт LOVE представлен как романтическое чувство.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Анисимова, Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов): учеб. пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов. – М.: Академия, 2003. – 128 с.
2. Денисова, Г.Л. Сравнение в локально-темпоральной структуре текста // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. Сер. «Гуманитарные науки и образование». Вып. 1. – Тольятти: ВУиТ, 2008. – С. 13-32.
3. Колесов, В.В. Язык и ментальность / В.В. Колесов. – СПб.: Петербургское востоковедение, 2004. – 237 с.
4. Кривоносов, А.Т. Система классов слов как отражение структуры языкового сознания (философские основы теоретической грамматики) / А.Т. Кривоносов. – М.; Нью-Йорк: ЧеРо, 2001. – 845 с.
5. Кубрякова, Е.С. Краткий словарь когнитивных терминов / под ред. Е.С. Кубряковой. – М.: Филол. фак-тет МГУ им. М.В. Ломоносова, 1996. – 245 с.
6. Маслова, В.А. Введение в когнитивную лингвистику: учеб. пособие / В.А. Маслова. – М.: Флинта: Наука, 2004. – 296 с.
7. Сорокин, Ю.А., Тарасов, Е.Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. – М., 1990.
8. Чувакин, А.А. Основы филологии: учебное пособие / А.А. Чувакин; под ред. А.И. Куляпина. – М.: Флинта: Наука, 2011. – 240 с.
9. Collins English Dictionary: for Lingvo 12 [электронный ресурс]. - 8th Edition first published in 2006 © HarperCollins Publishers 1979, 1986, 1991, 1994, 1998, 2000, 2003, 2005, 2006.
10. Hornby, A.S. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English: в 2-х томах / A.S. Hornby; при участии А.П. Койи. – Oxford; Москва: Oxford University Press; Русский язык, 1982.
11. Macmillan English Dictionary for Advanced Learners – 2007. - Second Edition. – 1748 с.

УДК: 808.1
ББК: 84.7

Мартыненко Н.К.

ВОПРОС МИФИЧЕСКОГО ОБРАЗА ЛИЛИТ В ПРОИЗВЕДЕНИИ
А. КАНТОР «ИУДАИЗМ И ЖЕНЩИНА В СВЕТЕ ФЕМИНИЗМА»

Martynenko N.K.

QUESTION OF THE MYTHICAL IMAGE OF LILITH IN THE A. CANTOR'S
WORK «JUDAISM AND THE WOMAN IN THE LIGHT OF FEMINISM»

Ключевые слова: трансформация мифических образов, ранние и поздние традиции, легенда о Лилит, Библия Бен Сира, контраст Евы и Лилит, гендерный вопрос в литературе.

Keywords: transformation of mythical images, early and late traditions, legend of Lilith, the Bible Ben Sira, Eve and Lilith's contrast, a gender issue in literature.

Аннотация: Авира Кантор в поисках положительного образа для современных еврейских женщин обращается к мифам, окружающим Лилит. Согласно сказаниям Бог создал Лилит задолго до Евы как равного партнера Адама. Но после того, как она разрушила усилия Адама подчиниться ему, Лилит была изгнана из Сада Эдема. Была создана Ева, чтобы заменить ее, как смиренный помощник и мать мира. Позже еврейская традиция создала историю, рассказывающую, что Лилит, разгневанная своим изгнанием, стала мстительным демоном, искушающим благочестивых мужчин сексуальным грехом и убивающих новорожденных младенцев. Но феминисты, согласно Кантор, должны отождествлять с Лилит образ независимости и силы. Ярko контрастируя с Евой и приверженцами матриархата, теми, кто представлен Библией и поздней традицией как помощники и вдохновители своих мужей, а не равноправные вершители истории.

Abstract: Avira Cantor, in searching for a positive image for Jewish women today, turns to the legends surrounding Lilith. According to the legends, God created Lilith long before Eve as Adam's equal partner, but after she thwarted Adam's efforts to make her subservient to him, Lilith was banished from the Garden of Eden and Eve was created to take her place as Adam's submissive helpmeet and mother of the world. Later Jewish tradition embroidered the story, claiming that Lilith, angered by her exile, became a vengeful demon, tempting pious men to sexual sin and murdering newborn babies. But feminists according to Cantor, should identify with Lilith as a figure of independence and power, in sharp contrast to Eve and the matriarchs, who are presented in the Bible and in late tradition as their husbands' enablers, rather than as equal agents of history.

И Господь сотворил человеческие существа по образу Своему... Он сотворил их мужчину и женщину (Бытие: 1:27).

Вопрос гендерных ролей стал наиболее открытым в современном обществе с семидесятых годов прошлого века. Простор этому обеспечило постиндустриальное общество, которое унифицировало, нивелировало разноплановость мужских и женских социальных ролей. Литература разных жанров не оставалась безучастной, интерпретируя различные аспекты данной проблемы¹. При этом литература социалистического реализма, начиная с пролеткультовских вре-

мен, четко декларировала равноправие полов в публичной сфере, оставляя проблему «женского вопроса» все также не решенной.

Истоки причин неравного положения мужчин и женщин ряд исследователей связывают с первой женщиной Лилит², американская исследовательница Авира Кантор, в частности, ищет свидетельства об этом образе в древнейших иудейских мифах³.

Еврейская традиция характеризовала Лилит как демона и подкрепляла эту репутацию, легендой за легендой, ее страстным желанием вредить женщинам, которые рожали детей в помещениях без сильнодействующих амулетов, способных изгнать ее. Используя древнееврей-

¹ Адельгейм И.Е. Гендер и литература в странах Центральной и Юго-Восточной Европы. – М., 2013; Брутян. Л.Г. Язык и гендер. – Ереван, 2008; Гриценко Е.С. Гендер в британской и американской лингвокультурах. – М., 2013; Ермолаева М.В. Проблемы изучения гендерной лингвистики. – Челябинск, 2016; Остапенко А.Б. Гендер и особенности его проявления в лингвистике. – Хабаровск, 2016.

² Исаакян А.С. Лилит. – Ереван, 1983; Сушинская Е. Лилит раскрывает свои тайны. – М., 2011; Хили Д.Э. Лилит: свет и тьма. – М., 1998.

³ On being a Jewish feminist A reader / Ed. a. with introd. By Susanna Hesehet. - New York, 1983. - P. 41.

ский источник V в. н.э. Библию Бен Сира, Кантор дает нам наиболее четкое описание мифа Лилит, оживляя черты прошлых легенд и давая основу для будущих трактовок. В источнике говорится о борьбе Лилит за равенство, о ее бегстве, о жалобе Адама Богу, отправке трех ангелов, чтобы вернуть назад непокорную супругу. Она отказалась вернуться и приняла наказание в виде ежедневной гибели ста ее «демонических детей», за которых она мстит.

После того, как Всевышний сотворил первое человеческое существо, Адама, Он сказал: «Нехорошо Адаму быть одному». Он создал женщину, тоже из земли, и назвал ее Лилит.

Они моментально поссорились. Она сказала: «Я не буду управляема тобой». Он сказал: «Я не буду ходить под тобой, но над тобой. Ты годишься в подчинение мне, а я управлять тобой».

Она возразила: «Мы оба равны, потому что оба вышли из земли».

Никто не слушал другого. Когда Лилит поняла, что происходит, она произнесла тайное Имя Бога и растворилась в воздухе. Адам восстал в молитве перед Создателем, говоря: «Женщина, которую ты мне дал, улетела от меня». Вседержитель немедленно послал за ней трех ангелов.

Господь сказал Адаму: «Если она захочет вернуться, это к лучшему. Если нет, она должна смириться с тем, что сто ее детей будут умирать каждый день».

Ангелы направились за ней. Настигли ее в бурных морских водах, в которых египтянам суждено будет погибнуть. Они передали, что сказал Бог, но она не захотела вернуться. (Библия Бен Сира: 23 А-В).

И Господь сотворил человеческие существа по образу Своему... Он сотворил их мужчину и женщину (Бытие: 1:27).

Впоследствии демонический образ Лилит затмил первоначальную независимую Лилит во всех позднейших сказаниях до такой степени, что ее имя вызывало только ассоциации с демоном, ведьмой. Именно этот демонический образ культивировал, отражал и формировал мысли и чувства мужчин по отношению к женщинам на протяжении многих поколений. По утверждению Кантор, пришло время переоценки мифа о Лилит.

Лилит позиционировала себя равной Адаму: «Мы оба из земли». Но Адам отказался принять ее равенство. Лилит, решив сохранить свою независимость и непокорность, предпочла подчинению одиночество, улетела от Адама из Сада Эдема.

Кто Лилит? Точнее, какая истинная, ре-

альная Лилит – восставшая против тирании или мстительная ведьма со спутанными волосами. Является ли Лилит мифом без исторической основы? И если так, то почему необходимо было выдумать ее? Или она воплощает ключ к нашему прошлому? И если так, то каким образом?

Является ли Лилит образцом для женщин? И могла ли ее история кардинально повлиять на дальнейшее формирование места женщины. На какой стороне ее образа стоит сосредоточить внимание, что легло в основу «чисто женского» – разрыв с Адамом или приписанные впоследствии ее преступления? Или обе стороны являются значительными и имеют для нас ценность. Все это аспекты вопроса Лилит.

Начнем с более пристального взгляда на Лилит, как она появляется в Библии Бен Сира. «Мы сразу замечаем, – говорит исследовательница, – как это значимо, что она видит себя равной Адаму, мужчине, ее осознание равенства было не только возвышенным, но было изначальным, естественным процессом»¹.

Лилит не только моментально осознает тиранию, но и немедленно противостоит ей. Нигде мы не встречаем ее жалующейся, как Адам, она рискует ради своего достоинства. Она мужественная, решительная, готовая принять последствия своих действий.

Сила ее характера и верность себе воодушевляют. За независимость и свободу от тирании она готова оставить благополучие Эдемского Сада и принять одиночество и изгнание из мира. Сила характера проявляется также в готовности принять всю ответственность за свою жизнь. Заметьте, что она не обращается к Богу с просьбой наладить ее отношения с Адамом. Она полагается на свою собственную силу, она самодостаточна.

Лилит полновластная женщина. Она ищет силу и твердость. Она отказывается участвовать в своем собственном уничтожении. Признавая мятеж Лилит и повествуя о негативных поступках, создатели мифов не могут не признать силу Лилит. Даже если согласиться, что Лилит ведет себя дерзко, можно отметить, что эти действия берут свое начало в стремлении защитить себя против мужского превосходства, и как следствие, необходимости бороться в одиночку век за веком за свою независимость. Мужчины настаивают, что Лилит «борется грязно». Но это бессмысленное суждение, созданное, чтобы удержать женщину от саморазвития и применения силы в этой борьбе. Лилит, и это должно быть подчеркнуто, борец за благо-

¹ On being a Jewish feminist A reader / Ed. a. with introd. By Susanna Hesehet. - New York, 1983. - P. 43.

родное дело.

Наконец она обладает физической и духовной силой и знанием. Она произносит тайное имя Бога и улетает к Красному морю, заметьте, место перехода евреев от стабильности в рабстве в Египте к трудностям, превратностям в пустыне. Адам не знал тайного имени. Но Лилит – та, которая знает высшую мудрость.

Писательница считает, что мы должны иметь ввиду то, что мифы о Лилит, как в свою очередь и многие законы, ставшие традицией, были навязаны мужчинами. Мы знаем, что большинство из того, что придумали и создали женщины, было уничтожено и обесценено, очень малое дошло до нас, и, конечно же, не в чистом, первоначальном виде. Мы должны учитывать возможность того, что история бунта Лилит может являться одним из творений женщин, которая передавалась от матери к дочери через многие поколения перед тем, как появиться в Библии Бен Сира, и затем была интерпретирована с явным мужским предубеждением.

История Лилит может являться ключом к нашей собственной истории, отражающей решительное, мятежное поведение женщин в прошлом. Лилит может представлять целый слой, целое поколение, она может отражать иной тип женщины, который складывался от поколения к поколению, женщины, над которой не властвовали, которая требовала равенства с мужчиной. Или она могла воплощать мысли и чувства женщин о равенстве, даже если они не могли действовать согласно своим убеждениям в своем поколении. Со столь малыми сведениями о женщинах, особенно такого типа, было бы немыслимо для нас позволить Лилит быть забытой просто из-за мужского предубеждения, привнесенного в историю ее бунта.

Кантор отмечает, что образы Лилит, как демона, мстительной женщины, ведьмы, конечно, не уникальны для еврейской культуры и традиции. Многие ученые теоретизируют, что жестокие женские божества или демоны, как греческие гекаты, представляют собой остатки отмирающего матриархата или являются попытками мужчин дискредитировать матриархат.

Что необходимо исследовать, так это уникальные еврейские аспекты истории Лилит и то, как они связаны с жизненным опытом евреев, с еврейской историей. В конце концов, евреи жили среди множества различных народов и были объектом влияния культурных и религиозных концепций и мифов. То, что они ассимилировали, важно потому, что это показывает нам, что именно евреи считали необходимым и приемлемым в своей жизни для ее продолжения. Как они перерабатывали эти влияния, что приняли,

также важно для понимания истории Лилит.

Авива указывает, что описание протеста Лилит в Библии Бен Сира специфически еврейское. Ни один нееврейский источник не рассказывает о борьбе женщины за равенство и не дает объяснения мстительного поведения женщины-демона¹. Особенно важно в исследовании, как миф о Лилит соотносится с уникальной еврейской историей.

Что особенно интригует в мифе о Лилит – это то, что большинство легенд о ней возникли в Изгнании, или после Вавилонского пленения (586 г. до н.э.), или, точнее, после Римских депортаций евреев (70 г. н.э.). Лилит появляется в Вавилонском Талмуде в загадочной форме, ее образ развивается в Зохар и других средневековых мистических работах. Ни один ученый не датировал библию Бен Сира, но все соглашались, что она была написана в Гаонический период, до 1000 г. н.э., Вавилонский Талмуд, Зохар, Библия – все это тексты, написанные или составленные за пределами Израиля предположительно после 70 г. н.э., хотя они могут приближаться к более ранним, устным или письменным легендам.

Разрушение Первого Еврейского Содружества в Израиле и депортация большинства населения в Вавилонию было потрясением. Разрушение Второго Еврейского Содружества было болезненным водоразделом в еврейской истории. Оно знаменовало переход евреев от жизни в своей собственной Отчизне к существованию как международного меньшинства, не имеющего власти над своей собственной судьбой. В течение последующих 2000 лет (до 1948 г.) евреи должны были жить на задворках общества, находиться на краю их социоэкономических структур, истории, культуры, религии, политики и стремлений, быть предметом обличения правящего класса, всеобщего преследования, законом и беззаконием, унижения и уничтожения.

Изгнание понималось и осознавалось как угроза выживания евреев, которую следует пережить и преодолеть. Когда евреи ушли в Изгнание, они решили, что единственный путь выжить без земли был через создание учения о Законе Божьем. Явнех Халаха – Еврейский закон – стал конституцией еврейского «правительства в Изгнании», в соответствии с которой ученые принимали основные решения. Образцом для подражания еврейских мужчин было стремление стать ученым, эта модель появилась раньше, достигла своего апофеоза в Изгнании.

¹ On being a Jewish feminist A reader / Ed. a. with introd. By Susanna Hesehet. - New York: Schocken books, 1983. - P. 44.

Еще до Изгнания еврейское общество было патриархальным. Роль женщины при патриархате — роль помощницы. Женщина запрограммирована подчиняться и доставлять удовольствие мужчинам, при всей своей занятости, в любое время и в любом месте обеспечить мужчине возможность реализации желаний, доказывая их «мужественность» и власть.

Роль помощницы предполагает уход из сфер деятельности, которые мужчины отметили как свои сферы и которые, таким образом, в отсутствие женщин стали определять «мужественность». Роль помощницы предполагает также альтруизм: осуществление того, что в мужских интересах, интересах семьи и общества, но не в ее собственных.

Библия рисует женщин в различных позитивных образах пособниц. В Изгнании это стало даже более важным, чтобы еврейские женщины продолжали действовать как помощницы из-за угрозы выживания евреев. Роль помощницы расширилась до того, что она должна была сделать все, чтобы у мужчины было больше свободного времени для изучения Торы. Лилит — воплощение женщины, которая отказалась быть помощницей.

Элизабет Джейнуэй в своем новаторском исследовании «Мир мужчины и место женщины» отмечает, что каждое позитивное поведение имеет негативную сторону — «теневую роль». Непокорность, пишет она, является теневой стороной признанной всеми приятной женщины, стерва — это тень любящей женщины, а ведьма — бескорыстной матери. Негативные образы поддерживают патриархальный порядок точно так же, как и позитивные, позитивные делают это с помощью обещаний, негативные — угроз¹.

Лилит — отрицательная теневая роль, обратная сторона Евы. Ева — «помощница». Лилит — не помощница. Ева — «мать всей жизни», Лилит — разрушительница жизни. Создавая теневую роль Лилит, мужчина говорит женщине, что если она независима, уверена в себе, свободна, какой была Лилит, то она закончит фригидной, нимфоманкой, бездетной ведьмой.

Знаменательно, что Лилит — единственная негативная женская модель поведения. Созданная евреями, она была в первую очередь изобретением Изгнания. Почему создание ее как отрицательной модели поведения было так важно именно при этом особенном стечении обстоятельств в истории?

Кантор призывает взглянуть на объеди-

няющую тему последствия трех «преступлений» Лилит после бунта. Утверждается, что она убивает беременных и рожаящих женщин, причиняет боль новорожденным, мальчикам до обрезания, девочкам после 20 дней от рождения, возбуждает мужчин во сне и берет их сперму для создания демонических детей, чтобы заменить своих собственных. Из всего множества поступков, которые могли воплощать, преимущественно эти три вменялись в вину Лилит. Все три из них выражают совершенно мужские страхи: потери потенции и «мужественности», потери женского общества и эмоциональной поддержки, угрозы выживанию.

В то время, как все эти страхи были воплощены отдельно в различных нееврейских мифах, их слияние в одном еврейском мифическом образе на данном этапе истории не трудно понять. Изгнание было стрессовой ситуацией, в которой еврейские мужчины боялись потери мужественности, разрушения морали и вымирания народа.

В патриархальных обществах, где мужское достоинство определяется в целом или частично способностью мужчины иметь детей, страх, что Лилит может препятствовать мужчинам иметь детей тем или иным способом, означает, что она отнимает у них мужественность. А в Изгнании, в беспомощном положении, еврейские мужчины нуждались в доказательстве своего мужского начала. Чтобы выделить себя среди женщин, они боялись, что состояние их крайней беспомощности начнет уменьшаться. Наличие детей гарантировало сохранение еврейского народа, то чему существовала угроза в Изгнании и о чем беспокоились евреи.

Другим страхом была женская власть воздерживаться от отношений с мужчиной, отказывая ему в комфорте или даже в самом ее присутствии. Лилит фактически покинула Адама. В стрессовой ситуации Изгнания еврейские мужчины особенно беспокоились о том, что женщины не будут оказывать им эмоциональной поддержки. Все страхи мужчины-еврея были спроецированы на женщину, так как будто бы она была способна вернуть их к реальности, отказавшись быть в подчиненной роли помощницы.

Изгнание ввергло евреев в уничижительное состояние, явилось шоком для еврейских мужчин, ситуацией, в которой они потеряли все свои ориентиры, весь порядок вещей был разрушен.

Для еврейских женщин, как и для всех женщин, новая ситуация отличалась не типом, а степенью: больше стресса, больше проблем, но не конец же света: настоящий правитель оста-

¹ On being a Jewish feminist A reader / Ed. a. with introd. By Susanna Heschet. - New York, 1983. - P. 45.

вался дома. Возможно, поэтому они лучше могли справляться со сложившейся реальностью, чем мужчины.

Очевидно, мужчины более нуждались в женской поддержке, осознавая их стойкость, возможно, они боялись, что женщины будут использовать свою силу в своих собственных интересах и перестанут быть помощницами. Требовалось настойчиво показывать, что женская сила терпима и даже желательна до тех пор, пока она не связана с властью.

Могло ли так случиться, что женщины в период Изгнания проявляли непокорность и своеволие, что также усилило необходимость запугать их мифом с негативным образом Лилит. Негативные образы появляются в периоды, когда происходят социальные изменения и когда власть не соотносится с более привычными запретами. Появляются новые взаимоотношения, поэтому люди нервничают, так как они не знают, чего ждать от нового законодателя. Власть стремится отгородиться от источника беспокойства и держать его на расстоянии. Средство, которое всегда найдется под рукой, - это создание негативного теневого образа.

Возможно, женщина стала более уверенной в себе в период Изгнания, как того требовала обстановка. Мужчина, должно быть, понял, что уверенность в себе может усилить альтруизм, предоставив ему лучшую помощницу. Так начала складываться деятельная модель женщины альтруистки – уверенной в себе, воплощенной в образе Эсфири – также творении Изгнания. Действительно, Эсфирь, а не Ева, является оборотной стороной Лилит, настроенной отнюдь не альтруистически, уверенной в себе женщины. Мегилат Эстер, повествующий легенду об Эсфири в праздник Пурим, прекрасный источник для доказательства предположений: угрозы еврейскому выживанию в Изгнании и роли еврейской женщины альтруистически настроенной, уверенной в себе помощницы¹.

Мегиллат свидетельствует, что евреи в Персии, по-видимому, вели достойную жизнь, но в действительности жили на краю вулкана. Когда царь, убежденный своим советником, что евреи наносят ущерб его Империи, дал свое согласие на погром, евреи естественно ничего не могли предпринять. Что спасло евреев? Прежде всего действия Эсфири. Став царицей, она соответственно жила отдельно от своего народа и пребывала в затворничестве под влиянием своего кузена Мордахея, который обосновал это

как лучшее поведение - альтруизм, самопожертвование, затем, рискуя своей жизнью, требовал спасти ее народ, а это уже уверенность в себе. Альтруистская напористость Эсфири, несомненно, была «благом для евреев», в корне противопоставлена в неальтруистической самоуверенности ее предшественницы, Вашти, которая потеряла свою корону, некоторые даже говорят и голову тоже, за отказ повиноваться царю. Наказание обеих, и Вашти и Лилит, в действительности призывает: еврейские женщины, будьте помощницами... или чем-то вроде этого.

Кантор приводит еще одно замечание о Лилит как творении Изгнания. Действительной угрозой для евреев было не то, что женщины воспротивятся их власти, а само Изгнание. Именно Изгнание ввергло евреев в бесправие и оставило их на милость правителей, выбросило их на задворки общества в таком обличии, что настроило против них народы. Изгнание – это бедствие, но культура Изгнания или, вернее, адаптация к культурам времен Изгнания - ассимиляция явилась стабилизирующей силой, которая в большинстве случаев воспринималась как путь к славе, благосостоянию, самой жизни. Многие евреи не противились ассимиляции, но в дальнейшем нашли ее бесполезной и непродуктивной.

Лилит соблазняющая, но не удовлетворяющая. Она истощает мужской «жизненный флюид», метафора силы. Она разрушает его возможность достижения бессмертия. Она нападает на евреев, когда они наиболее уязвимы или не ожидают этого. Она лишает их силы и будущего, тем самым Лилит является метафорой самого Изгнания.

Таким образом, заключает Авива, создание Лилит, как негативного образа, использовалось для объединения всех мужских страхов и связывало их с женщиной, отражая опасность женской воли не быть подручной. Предупреждало женщину о грозящей участи для той, кто откажется быть помощницей.

Существует ли что-либо, чем мы можем воспользоваться из всего неприглядного в описании Лилит? Могут ли они нам быть полезны? Должны ли мы решительно отвергнуть их? Ахад Ха'ам, основатель «духовного сионизма», в свое время написавший очерк под названием «Полуутешение», восклицал: «Как может еврей знать, что неевреи говорят о неполноценности евреев, действительно не является правдой?» Ахад Ха'ам ссылается на национальную дискриминацию. Обратите внимание, говорит он, если неевреи могут уверовать в этот опасный нонсенс, они таким же образом заблуждаются

¹ On being a Jewish feminist A reader / Ed. a. with introd. By Susanna Hesehet. - New York, 1983. - P. 45-46.

по поводу еврейской «неполноценности»¹.

Подобным образом, когда мы боремся за наши права, мы слышим, что мужчины оскорбляют и поносят феминисток как мужененавистников и детоненавистников, разрушителей семьи в частности и еврейского образа жизни в целом. Итак, мы вправе спросить с дрожью в голосе: может ли это быть правдой? Совсем неплохо иметь перед собой историю Лилит со всеми безобразными деталями. Определенно удивляет то, за что Лилит была наказана. Если мужчина смог выдумать такую ужасную ложь, как не евреи выдумали национальную неполноценность, если столько враждебности относительно женщин сосредоточено внутри их испорченного сознания, то незачем думать, что существует доля правды современных псевдосоциологических напаках на феминисток.

Женщины не нуждаются в запугивании, что если они приобретут уверенность в себе и независимость, то перестанут быть «женщинами», превратятся в монстров, какой стала Лилит в описании мужчин. Такую грязь и клевету, разумеется, следовало ожидать. Лилит - это образ непокорности, и непокорные должны быть готовы к нападкам, к тому, что их называют непривлекательными, пугающими, враждебными.

Учитывая все это, мы можем определить, как рассматривать Лилит, на каком аспекте ее образа сосредоточиться, мы должны иметь в виду, что мифические характеры никогда не оставались постоянными, нетронутыми, они всегда изменялись, отвечая человеческим потребностям. Образ Лилит изменился, но тоже самое произошло и с Илией от страстного пророка времен Первого Содружества до веселого попрошайки впоследствии, который бродил от шtetла к шtetлу с котомкой за спиной. Нет четкой установки, которая бы предписывала принятие образа Илии раннего или позднего, как настоящего пророка Илии².

В дальнейшем еврейская традиция была гибкой в том, что она стремилась выделить в тех или иных образах. Царь Давид - наиболее любимый герой в еврейском фольклоре. Традиция легко могла бы выделить аморальное поведение и неумелые политические действия в противоположность его любви к Богу и еврейскому народу. Если бы это было бы сделано... Давид мог бы превратиться в негативный образ человека, нарушившего супружескую верность и

политика типа Макиавелли. Однако еврейская традиция предпочитает забыть и простить те достойные порицания черты его характера, как не отражающие сущности его души.

Тот же самый подход следовало бы применить к Лилит, подразумевая конъюнктурность как фактор фокусирования определенных особенностей исторического и мифического характера. Что присуще Лилит, что является наиболее существенной стороной ее характера - борьба за независимость, смелость в риске, осознание равенства мужчин и женщин на том основании, что Бог сотворил их равными. Это та Лилит, которая верна себе, своей сущности и принципам. Другие стороны характера Лилит никоим образом не могут считаться определяющими, потому что они не отражают ее верности себе, но являются лишь реакциями на внешние воздействия: отказ Адама принять ее как равную. Если бы Адам признал ее равной, этих ужасных последствий могло бы не быть, фактически не было бы вражды полов, вражды, основанной на нежелании мужчин признать равенство женщин.

Черты, приписываемые Лилит после того, как она потерпела поражение в борьбе за равенство, окрашены мужскими предрассудками и страхом. Более того, образ Лилит после бунта не может быть принят, потому что это вовсе не ее образ, а мешанина из негативных черт, которые противоречат одна другой, они отрицают одна другую: соблазнительница - фригидная, мать демонов - стерильная. Мы можем отнести все эти противоречивые черты к спектру различных мнений как противостоящих определенному образу, так и принимающих его. Мы можем сделать то же, что еврейская традиция сделала с образом царя Давида: принять и одобрить его суть, прославить эту суть и отвергнуть все дальнейшие наслоения, как противоречивые, порожденные страхом и недоверием, а не определяющие сущность характера Лилит.

В итоге мы можем спросить себя: какая Лилит ближе к духу описания в книге Бытия создания Богом первых человеческих существ - женщины, которая одержима идеей равенства и борется за это, или женщины, которая отказалась от настоящей борьбы и упорствует в поисках мщения? Нет сомнения, что Лилит, требовавшая исконного равноправия с Адамом, отвечает духу библейского повествования и духу современной еврейской женщины.

Евреи периодически организовывали движения за «возвращение к истокам» иудаизма, и еврейская история переполнена такими усилиями. Когда мы боремся за равенство мужчины и женщины, мы рассматриваем Лилит как

¹ On being a Jewish feminist A reader / Ed. a. with introd. By Susanna Hesehet. - New York, 1983. - P. 48.

² On being a Jewish feminist A reader / Ed. a. with introd. By Susanna Hesehet. - New York, 1983. - P. 48- 49.

воплощение этой борьбы, мы являемся частью традиции возвращения к истокам и создаем новое здание на этом чистом, порочном фундаменте.

Всеутверждающая красота содержится в словах: «И Бог создал человеческие существа...

мужчину и женщину. Он создал их». Равенство мужчины и женщины заключено в этих строках. Равенство должно быть воплощено в нашей жизни, если мы желаем сохранить человечество и все те ценности, которыми мы дорожим.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Адельгейм, И.Е. Гендер и литература в странах Центральной и Юго-Восточной Европы. – М.: Ин-т славяноведения РАН, 2013.
2. Брутян, Л.Г. Язык и гендер. – Ереван: Междунар. акад. философии, 2008.
3. Гриценко, Е.С. Гендер в британской и американской лингвокультурах. – М.: Флинта, 2013.
4. Ермолаева, М.В. Проблемы изучения гендерной лингвистики. – Челябинск: ЧГИК, 2016.
5. Исаакян, А.С. Лилит. – Ереван: Советакан грох, 1983.
6. Остапенко, А.Б. Гендер и особенности его проявления в лингвистике. – Хабаровск: Изд-во ТОГУ, 2016.
7. Сушинская, Е. Лилит раскрывает свои тайны. – М.: Мир Урании, 2011.
8. Хили, Д.Э. Лилит: свет и тьма. – М.: София, 1998.
9. On being a Jewish feminist a reader / Ed. a. with introd. By Susanna Hesehet. - New York: Schocken books, 1983.

УДК:811
ББК: 81

Матвеева Ю.О.

МЕЖЪЯЗЫКОВЫЕ СООТВЕТСТВИЯ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ С КОМПОНЕНТОМ – МУЗЫКАЛЬНЫМ ТЕРМИНОМ В АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Matveeva Yu.O.

INTERLANGUAGE COUNTERPARTS OF PHRASEOLOGICAL UNITS WITH THE COMPONENT – MUSICAL TERM IN THE ENGLISH AND RUSSIAN LANGUAGES

Ключевые слова: фразеологическая единица, межъязыковые фразеологические соответствия, полные эквиваленты, частичные эквиваленты, аналоги, кальки.

Keywords: phraseological unit, interlanguage phraseological counterparts, full equivalents, partial equivalents, analogues, translation-loans.

Аннотация: в статье исследуется проблема выявления межъязыковых фразеологических соответствий и одного из способов перевода безэквивалентных фразеологических единиц с компонентом – музыкальным термином в английском и русском языках. Определение полных и частичных фразеологических эквивалентов и аналогов проводится с учетом семантики, компонентного состава и грамматической структуры сопоставляемых фразеологизмов. Калькирование рассматривается как наиболее образный способ передачи безэквивалентных английских фразеологических единиц с компонентом – музыкальным термином на русский язык.

Abstract: the problem of establishing interlanguage phraseological counterparts and analyzing one of the ways of translating phraseological units with the component – musical term which don't have such counterparts in the English and Russian languages are under study. Full and partial phraseological equivalents and analogues are determined according to the semantics, componential and grammatical structure of phraseologisms under comparison. Translation with the help of translation-loans is considered to be the most image-bearing way of rendering English phraseological units with the component – musical term into Russian.

Одной из основных задач любого сопоставительного исследования фразеологических единиц (ФЕ) как в родственных, так и неродственных языках является выявление их межъязыковых фразеологических соответствий и способов передачи безэквивалентных фразеологизмов на другой язык. Именно успешное решение данной задачи, как отмечает Л.М. Зинатуллина, не только предоставит в распоряжение ученых ключ к определению критериев выделения фразеологических эквивалентов, аналогов и безэквивалентных или лакунарных единиц на языковом уровне, но и внесет значительный вклад в практику перевода и в дело создания двуязычных и многоязычных словарей.¹ Несмотря на тот факт, что подобные исследования имеют полувековую историю, расхождения в выделении различными исследователями разных аспектов совпадения ФЕ в сопоставляемых языках до сих пор приводят к определенной расплыв-

чатости определений типов межъязыковых фразеологических соответствий.

Проведенный нами обзор наиболее значимых работ (диссертационных и монографических) показал, что всеми исследователями именно семантика (фразеологическое значение) сопоставляемых фразеологических единиц кладется в основу определения межъязыковых фразеологических соответствий.²

² Солодухо, Э.М. Вопросы сопоставительного изучения заимствованной фразеологии / Э.М. Солодухо. – Казань: Изд-во КГУ, 1977; Райхштейн, А.Д. Сопоставительный анализ немецкой и русской фразеологии / А.Д. Райхштейн. – М.: Высшая школа, 1980; Байрамова, Л.К. Фразеология в произведениях В.И. Ленина и принципы ее перевода на татарский язык: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.20 / Л.К. Байрамова. – Казань, 1983; Кунин, А.В. Англо-русский фразеологический словарь. 4-е изд. / А.В. Кунин. – М.: Рус. язык, 1984; Солодуб, Ю.П. Русская фразеология как объект сопоставительно-типологического исследования (на материале фразеологизмов со значением качественной оценки лица): дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.01 / Ю.П. Солодуб. – М., 1986; Шадрин, Н.Л. Перевод фразеологических единиц и сопоставительная стилистика. Под ред.

¹ Зинатуллина, Л.М. Адвербиальные фразеологические единицы в английском и русском языках: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20 / Л.М. Зинатуллина. – Казань, 2013.

Образность ФЕ также играет значительную роль, при этом образность создается компонентным составом фразеологизмов, т.е. при совпадающей образности совпадает также компонентный состав ФЕ, а разная образность создается разным компонентным составом. Большинство исследователей также отводят большую роль грамматической структуре сопоставляемых фразеологизмов при определении фразеологических эквивалентов и аналогов. С учетом особенности подвергаемого анализу фразеологического материала ученые также выделяют четыре способа перевода безэквивалентных или лакунарных фразеологических единиц: калькирование (полное и частичное), дескриптивный или описательный перевод, лексический перевод, комбинированный перевод.

Проведенное нами сопоставительное исследование фразеологических единиц с компонентом - музыкальным термином в английском и русском языках также позволяет нам выявить три типа их межъязыковых отношений:

1. Фразеологические эквиваленты;
2. Фразеологические аналоги;
3. Безэквивалентные фразеологические единицы.

Рассмотрим каждый из выделенных типов более детально. Отметим, что примеры употребления английских ФЕ с музыкальным термином отобраны из «Англо-русского фразеологического словаря» А.В. Кунина.¹

Фразеологические эквиваленты

Фразеологическая эквивалентность, по мнению абсолютного большинства исследователей, подразумевает полное совпадение семантики сопоставляемых фразеологизмов, а также лежащего в их основе образа. Так А.В.Кунин определяет фразеологический эквивалент как «... имеющийся в русском языке фразеологический оборот, совпадающий с английским оборотом и по смыслу, и по образной основе».²

Ю.М.Скребнева / Н.Л. Шадрин. – Саратов: Изд-во Саратовского ун-та, 1991; Арсентьева, Е.Ф. Сопоставительный анализ фразеологических единиц, семантически ориентированных на человека, в русском и английском языках и вопросы создания русско-английского фразеологического словаря: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.19 / Е.Ф. Арсентьева. – М., 1993; Рецкер, Я.И. Теория перевода и переводческая практика / Я.И. Рецкер. – М.: Р. Валент, 2009; Салиева, Р.Н. Сопоставительный анализ фразеологических единиц с прозрачной внутренней формой в английском и русском языках / Р.Н. Салиева. – Казань: Казан. гос. ун-т, 2009.

¹ Кунин, А.В. Англо-русский фразеологический словарь. 4-е изд. / А.В. Кунин. – М.: Рус. язык, 1984.

² Там же. С. 10.

В свою очередь совпадающая семантика означает тождественность как сигнификативно-денотативного компонента значения ФЕ, так и коннотативных составляющих, в том числе и функционально-стилистической принадлежности сопоставляемых фразеологизмов. Вполне очевидно, что совпадение образной основы означает и идентичность компонентного (лексемного) состава.

Вследствие того факта, что в основу выделения межъязыковых фразеологических соответствий нами положены три уровня (семантический, структурно-грамматический и компонентный), мы определяем фразеологические эквиваленты как разноязычные фразеологические единицы с тождественной семантикой, структурно-грамматической организацией и компонентным составом. В то же время, если в ряде случаев мы наблюдаем абсолютно полное совпадение всех трех уровней, т.е. и плана содержания, и плана выражения, также имеются ряд случаев, характеризующихся полным совпадением плана содержания (фразеологического значения) при незначительных различиях в плане выражения, фактически не нарушающих совпадение образной основы. Таким образом, мы, вслед за другими учеными, также выделяем полные и частичные фразеологические эквиваленты.

Полные фразеологические эквиваленты

К полным фразеологическим эквивалентам Э.М. Солодухо относит фразеологизмы, совпадающие по значению (или значениям в случае фразеологической полисемии) и стилистической направленности. В случае расхождений в семантической структуре или стилистической принадлежности сопоставляемых фразеологических единиц ученый относит их к группе ограниченных эквивалентов.³

Е.Ф. Арсентьева считает, что к полным эквивалентам относятся фразеологические единицы, «имеющие одинаковые сигнификативно-денотативное значение, субъективно-оценочную, функционально-стилистическую и эмоционально-экспрессивную коннотацию, структурно-грамматическую организацию и компонентный состав. При этом совпадение структурно-грамматической организации английских и русских ФЕ подразумевает учет специфики типологических признаков, присущих одному языку и не характерных для другого».⁴

³ Солодухо, Э.М. Вопросы сопоставительного изучения заимствованной фразеологии / Э.М. Солодухо. – Казань: Изд-во КГУ, 1977.

⁴ Арсентьева, Е.Ф. Сопоставительный анализ фразеологических единиц (на материале фразеологических единиц, семантически ориентированных на

Проведенный анализ свидетельствует о том, что в целом фразеологические эквиваленты в процентном отношении занимают довольно скромную нишу – 8% от общего количества изученных нами единиц.

Обратимся к примерам.

И английская фразеологическая единица «swan song», и русская ФЕ «лебединая песня (песнь)» были заимствованы из немецкого языка путем полного калькирования (этим. *Swanengesang*). Полностью совпадает их значение «последнее, обычно наиболее значительное произведение кого-либо; последнее проявление таланта, способностей и т.п.», обе единицы являются межстилевыми. Также полностью совпадает их компонентный состав и структура «прил. + сущ.», что, естественно, ведет к полному совпадению образной основы. Наличие полного фразеологического эквивалента дает в руки переводчика возможность совершенно без потерь передать как значение, так и исходный образ фразеологизма:

I know that it was my **swan song**. I am almighty proud of it (J. London. Martin Eden).

Я знаю, эта поэма – моя **лебединая песня**. И я очень горжусь ей.

Также полностью совпадают как план содержания, так и план выражения английской ФЕ «play first fiddle» и русской единицы «играть первую скрипку», построенных на ярком образном метафорическом переосмыслении. Обе единицы означают «занимать руководящее положение, быть главным в каком-либо деле», характеризуются мелиоративной оценочностью, имеют межстилевую функционально-стилистическую принадлежность. Полностью совпадает их образность, структура «гл. + числ. + сущ.» и компонентный состав.

В третьем примере мы также наблюдаем явление полной фразеологической эквивалентности. Значение обоих фразеологизмов «play second fiddle» и «играть вторую скрипку» совпадает – «занимать второстепенное положение», обе единицы являются межстилевыми и имеют структуру предыдущего примера. Также полностью совпадает их компонентный состав и, следовательно, образность. Неудивительно, поэтому, что переводчики без труда используют полный фразеологический эквивалент:

How painfully it had affected him with its intimation that he **played** but **second fiddle** in the life of his beloved. (J. Galsworthy. Swan Song).

Как болезненно поразило Сомса откры-

тие, что он **играет** всего только **вторую скрипку** в жизни любимой!

Интересно отметить, что в английском языке усечение фразеологизма «play second fiddle» привело к созданию фразеологизма «second fiddle» со значением «"вторая скрипка", подчиненный человек, занимающий второстепенное положение» в то время, как в русском языке новая фразеологическая единица «первая скрипка» со значением «о человеке, которому принадлежит в чем-либо ведущая роль», относящаяся к книжным единицам, была также образована путем усечения ФЕ «играть первую скрипку».

К полным фразеологическим эквивалентам также можно отнести следующие фразеологические единицы с названием крупного музыкального произведения: «soap opera» и «мыльная опера». Разноязычные фразеологические единицы полностью идентичны в значении «дневная многосерийная передача по радио или телевидению (обыкновенно сентиментальная пьеса или мелодрама для домохозяек); многие такие программы финансируются компаниями по производству мыла», совпадает их эмосема иронии и функционально-стилистическая принадлежность (межстилевые единицы). Также полностью идентичны их образность и компонентный состав.

В нашем материале также имеется пример, когда две многозначные разноязычные фразеологические единицы совпали только в одном из своих значений. Так, второе значение английского фразеологизма «in tune» – «созвучно (о пении)» полностью идентично одному из значений полисемичной русской фразеологической единицы «в тон». Оба фразеологизма относятся к субстантивным со структурой «предл. + сущ.», оба являются межстилевыми, полностью совпадает их компонентный состав (в значении английского существительного «тон»).

Такое же явление мы наблюдаем у многозначных фразеологизмов с противоположным значением «out of tune» и «не в тон» – «негармонично (о пении)».

Частичные фразеологические эквиваленты

К частичным фразеологическим эквивалентам относятся разноязычные фразеологизмы тождественной семантики, имеющие незначительные различия в плане выражения. Данные различия затрагивают в наших примерах лишь компонентный состав или порядок следования компонентов, а их количество крайне ограничено.

Так, например, к частичным фразеологическим эквивалентам можно отнести библейские выражения «a tinkling cymbal» и «кимвал

человека в английском и русском языках) / Е.Ф. Арсентьева. – Казань: Изд-во Казанского ун-та, 1989. – С. 97-98.

бряцающий» со значением «напыщенные, пышные, внешне торжественные, но пустые и бессодержательные слова и выражения». Как указывается в словаре под редакцией А.И. Федорова, данные выражения в двух сопоставляемых языках произошли «От библейского выражения «медь звенящая и кимвал бряцающий». Кимвал ... - древний ударный музыкальный инструмент, состоявший из двух медных тарелок или чаш». ¹ Оба фразеологизма относятся к книжным выражениям (русская единица является устаревшей), имеют пейоративную оценочность и одинаковый компонент – музыкальный термин в своем лексемном составе. Причастие настоящего времени и существительное являются компонентами сопоставляемых ФЕ и в английском, и в русском языках, однако порядок их следования различен: в русском фразеологизме, несмотря на то, что типичной конструкцией подобных выражений является «прич. + сущ», данный порядок нарушен и существительное предшествует причастию настоящего времени, что, однако, не влияет на образность.

В качестве еще одного примера можно привести английскую ФЕ «dance after (to) smb's pipe» и русский фразеологизм «плясать под дудку чью» со значением «поступать, вести себя так, как угодно кому-либо, безоговорочно во всем подчиняться кому-либо». При полном совпадении плана содержания и структуры «гл. + предл. + сущ.» («one's» в английском языке и «чью» в русском заменяются требуемыми в контексте местоимениями, личными именами или существительными) мы наблюдаем различия в предлогах, к тому же существительное «pipe» в английском языке означает не только дудку, но также свирель и флейту. Таким образом, если в английском языке имеется в виду свирель, образность сопоставляемых фразеологизмов полностью идентична, если же два других музыкальных инструмента, которые также являются духовыми и способ игры на которых очень похож, два образа очень близки друг другу, что позволяет рассматривать данные фразеологизмы как фразеологические эквиваленты.

Фразеологические аналоги

А.В. Кунин определяет фразеологический аналог английской ФЕ как «... русский устойчивый оборот, который по значению адекватен английскому, но по образной основе отличается от него полностью или частично». ² Продолжая

мысль А.В. Кунина о безусловном приоритете семантики, Е.Ф. Арсентьева именно семантическое сходство кладет в основу определения фразеологических аналогов: «К межъязыковым фразеологическим аналогам относятся ФЕ, выражающие одинаковое или близкое значение, но характеризующиеся полным различием или приблизительным сходством внутренней формы». ³ Далее ученый отмечает, что для фразеологических аналогов характерно совпадение сигнификативно-денотативного компонента значения и субъективно-оценочной коннотации.

Опираясь на данные определения, рассмотрим отношение аналогичности фразеологических единиц с компонентом - музыкальным термином, принимая во внимание также и на план выражения, т.е. англо-русские фразеологические аналоги, относящиеся как к одному структурно-грамматическому классу (со структурой словосочетания, предложения, глагольных, субстантивных и т.д.), так и различным классам.

В результате проведенного сопоставительного анализа было выявлено, что англо-русские фразеологические аналоги, относящиеся к одному структурно-грамматическому классу, могут иметь также и совпадающий компонент. Так, например, английский фразеологизм «not worth an old song» (букв. не стоит старой песни) может быть передан на русский язык с помощью двух аналогичных русских единиц «гроша медного (ломаного) не стоит» и «выеденного яйца не стоит». Вполне понятна образная модель: такой никчемный, что не стоит самых никудышных или не нужных вещей. Все три фразеологизма обладают общим сигнификативно-денотативным значением, пейоративной оценочностью, эмосемой пренебрежения, являются разговорными выражениями, что позволяет отнести их к классу фразеологических аналогов.

Две английские фразеологические единицы - библеизмы: «the trump of doom» (букв. трубный звук судьбы) и «the last trump» (букв. последний трубный звук) имеют своим аналогичным соответствием русскую единицу «конец света». При полном совпадении плана содержания все три единицы относятся к межстилевым, также совпадает их структурно-грамматическая характеристика (субстантивные ФЕ с разной структурой), в то же время полностью расхо-

¹ Федоров, А.И. Фразеологический словарь русского литературного языка: в 2 т. / А.И. Федоров. – М.: Топикал, 1995. – С. 237.

² Кунин, А.В. Англо-русский фразеологический словарь. 4-е изд. / А.В. Кунин. – М.: Рус. язык, 1984. – С. 10.

³ Арсентьева, Е.Ф. Сопоставительный анализ фразеологических единиц (на материале фразеологических единиц, семантически ориентированных на человека в английском и русском языках) / Е.Ф. Арсентьева. – Казань: Изд-во Казанского ун-та, 1989. – С. 106.

дится компонентный состав и образность английских и русской фразеологической единицы.

Следующие два примера относятся к глагольным фразеологизмам с полностью различающимися компонентным составом и образностью. В первом случае английская ФЕ с варьируемыми глагольными компонентами «dance (pipe) to smb's tune» (букв. танцевать, плясать (играть на свирели, дудке, флейте) под чью-либо мелодию) имеет своим русским фразеологическим аналогом образное выражение «ходить по струнке» (при наличии частичного эквивалента «плясать под чью-либо дудку» ФЕ «dance to smb's tune»). В данном случае мы также наблюдаем совпадение плана содержания разноязычных межстилевых фразеологизмов с полным совпадением их структуры «гл. + предл. + сущ.».

Возможность использования не столько фразеологического эквивалента, но и аналога при перевода подтверждается следующими контекстами:

...she was the kind of woman who had to have men around and had to make them **dance to her tune**. (R.P. Warren. All the King's Men).

... она была из тех женщин, которые любят, чтобы около них вились мужчины и **плясали под их дудку**.

...he liked making people **dance to his tune**. (A. Sillitoe. Raw Material).

... Бертону нравилось, когда люди вокруг него **ходили по струнке**.

Следующий пример разноязычных глагольных ФЕ со структурами «гл. + мест. + предл. + сущ.» и «гл. + мест. + нареч.» включает редко употребительное английское выражение «fret oneself to fiddlestrings» (букв. разьедасть, терзать себя до струн скрипки) и его русский аналог «есть себя поедом». Оба фразеологизма характеризуются яркой образностью, относятся к межстилевым единицам, имеют пейоративную эмосему неодобрительности, совпадает и их сигнификативно-денотативный компонент значения «изводить себя».

Отнесенность к одному грамматическому классу демонстрируют и англо-русские аналоги со структурой предложения.

Так, например, английский фразеологизм «<and> then the band began to play (and then the band played)» (букв. <и> затем оркестр начал играть (и затем оркестр заиграл) имеет два русских аналогичных соответствия: «ну и заварилась каша», «вот так история вышла». При отнесенности к одному грамматическому классу (со структурой предложения) все три фразеологические единицы характеризуются идентичностью семантики, полным различием компонент-

ного состава и образности.

Две пословицы назидательного характера также можно рассматривать как разноязычные фразеологические аналоги: «If you dance you must pay the fiddler» (букв. если ты танцуешь, ты должен заплатить скрипачу) и «любишь кататься, люби и саночки возить». В данном случае мы также имеем дело с ФЕ со структурой предложения с придаточными условными как в английском, так и в русском языках, которые имеют тождественное значение, построены на ярких, полностью различающихся образах и компонентный состав которых полностью различен.

Как уже отмечалось выше, разноязычные фразеологические аналоги могут относиться к разным грамматическим классам.

Рассмотрим, например, английский глагольный фразеологизм «wave a (one's) <magic> wand» (букв. взмахнуть <волшебной> дирижерской палочкой) со структурой «гл. + <прил.> + сущ.» и русскую адвербиальную русскую фразеологическую единицу «как по мановению волшебной палочки» со структурой «сравн. част. + предл. + сущ. + прил. + сущ.». Оба фразеологизма относятся к межстилевым единицам, характеризуются общностью семантики, имеют разную структурно-грамматическую организацию. В то же время факультативный компонент английской единицы «magic» и русская лексема «волшебная» совпадают, так же, как частично совпадают существительные «wand» и «палочка». В целом, образы получились близкими: если дирижер взмахивает своей дирижерской палочкой, сразу звучит музыка, и это происходит «по мановению волшебной палочки». Возможность полноценного перевода с помощью данного фразеологического аналога наглядно демонстрирует контекст:

You couldn't **wave a wand** and see a hundred factories spring up in Naples. (M. West. Children of the Sun).

Даже **по мановению волшебной палочки** в Неаполе не появится сотня новых фабрик.

Следующий пример также демонстрирует случай фразеологической аналогичности английской субстантивной единицы «cat's (Dutch) concert» (букв. кошачий (голландский) концерт) со структурой «сущ. (прил.) + сущ.» с первым существительным в притяжательном падеже и русского фразеологизма со структурой предложения «кто в лес, кто по дрова» с разной структурно-грамматической организацией. Значения обоих фразеологизмов с пейоративной оценочностью идентичны: «нестройно, вразброд. О неслаженных, несогласованных действиях, обычно о пении, игре на музыкальных инструментах», обе единицы являются межстилевыми.

Обе фразеологические единицы построены на ярких, полностью несовпадающих образах, имеют разный компонентный состав. Таким образом, при полном совпадении плана содержания мы наблюдаем полное расхождение в плане выражения.

Как показал проведенный анализ, фразеологические аналоги составляют примерно 10% от общего количества языкового материала, подвергнутого исследованию. Таким образом, только около 18% английских фразеологических единиц с компонентом – музыкальным термином имеют фразеологические соответствия в русском языке.

Перевод безэквивалентных фразеологических единиц с помощью калькирования

Фразеологические единицы английского и русского языков с компонентом - музыкальным термином в значительной степени представляют собой безэквивалентные единицы, т.е. не имеющие соответствий во фразеологической системе другого языка, с точки зрения выявления языковых фразеологических соответствий. В целом, к безэквивалентным ФЕ относятся около 82% всех подвергнутых нами анализу фразеологических единиц.

В данной статье мы рассматриваем наиболее образный способ передачи безэквивалентных английских ФЕ с музыкальным термином на русский язык.

Калькирование представляет собой пословный перевод лексем ФЕ языка источника на язык рецептор с необходимостью соблюдения норм заимствующего языка. Таким образом, фразеологизмы языка источника, в нашем случае английского, калькируются пословно и организуются во фразу в соответствии с нормами языка рецептора, т.е. русского языка. Образ калькируемого фразеологизма, соответственно, полностью (или частично в случае с частичным калькированием) передается в другом языке. В то же время, как отмечает Е.Ф. Арсентьева, «Степень раскрытия описываемого явления при помощи калькирования в значительной мере зависит от того, насколько ФЕ языка-источника отражает суть данного явления».¹

Несмотря на тот факт, что в языке рецепторе мы имеем дело не с фразеологической единицей, а со словосочетанием образного характера, наблюдается полное соответствие как плана выражения (в случае полного калькирования),

так и плана содержания английской ФЕ и ее кальки в русском языке. Однако калькируемый образ, хотя и является приемлемым и понятным, может казаться непривычным для носителей русского языка.

В двуязычных и многоязычных фразеологических словарях передача ФЕ с помощью калькирования обычно заключается в кавычки «как один из возможных видов перевода, главным образом, для показа образной основы фразеологизма».² Достаточно часто калькирование сопровождается дескриптивным, лексическим или комбинированным переводом. Иногда в словарной статье мы также встречаем и фразеологический способ перевода, например, с помощью аналога.

Так, например, английский адвербиальный фразеологизм, употребительный в Шотландии, «like a sow playing on a trumpet» передается на русский язык как с помощью полного калькирования «как свинья, играющая на трубе», так и с помощью лексического перевода «неизящно, некрасиво, непрезентабельно». Возможность с помощью калькирования передать яркий и интересный образ при переводе можно считать причиной использования буквального перевода в следующем контексте:

Never look **like a sow playing upon a trumpet** for the love o' that, man... (W.Scott. Rob Roy).

Не сопите вы, **как свинья, играющая на трубе** из любви к искусству...

С помощью полного калькирования «играть третью скрипку» также передана на русский язык английская фразеологическая единица «play third fiddle» с добавлением перевода с помощью аналога с расширением компонентного состава за счет уточняющего подлежащего «играть незначительную роль». Образ, лежащий в основе английского фразеологизма, достаточно прозрачен и для носителей русского языка, уже имеющих в своем фразеологическом фонде ФЕ «играть первую скрипку» и «играть вторую скрипку». Не случайно, поэтому, переводчик использовал калькированный буквальный перевод в следующем случае:

... the Manchester Guardian recently bemoaned that the Government is giving the impression that it is content **to play** second (or **third** if there is one) **fiddle** to the United States... (Daily Worker).

...«Манчестер гардиан» горько сетует, что правительство, по-видимому, готово играть вто-

¹ Арсентьева, Е.Ф. Сопоставительный анализ фразеологических единиц (на материале фразеологических единиц, семантически ориентированных на человека в английском и русском языках) / Е.Ф. Арсентьева. – Казань: Изд-во Казанского ун-та, 1989. – С. 116.

² Кунин, А.В. Англо-русский фразеологический словарь. 4-е изд. / А.В. Кунин. – М.: Рус. язык, 1984. – С. 5.

рую (а если возможно, то и третью) скрипку, уступая первое место Соединенным Штатам...

Словарная статья английского фразеологизма «each bird loves to hear himself sing» содержит перевод данной поговорки на русский язык только с помощью частичного калькирования «каждая птица любит слушать собственное пение». Использование частичного калькирования обусловлено нормами русского языка (при полном калькировании фраза звучала бы «каждая птица любит слушать себя поющей»), однако образ, лежащий в основе английской ФЕ, передается полностью. Таким образом, при незначительном изменении плана выражения план содержания английского фразеологизма остается полностью переданным в русском языке.

Грамматическую разницу в выражении времени (будущего в английском и настоящего в русском языке) и множественного (в английском) и единственного (в русском) числа существительного мы наблюдаем при частичном калькировании английской поговорки «nightingales will not sing in a cage» - «соловей в клетке не поет» с последующим уточнением с помощью фразеологического соответствия также с помощью поговорки «не нужна соловью золотая клетка, а нужна золотая ветка».

Интерес также представляет английская поговорка «there's many a good tune played on an old fiddle», которая калькируется на русский язык частично «на старой скрипке можно сыграть не одну хорошую мелодию» и сопровождается уточнением «(особенно о любвеобильной, но уже немолодой женщине)». Частичное калькирование обусловлено использованием чисто английской конструкции «there is ...», по нормам английского языка стоящей в начале предложения и передающейся на русский язык с помощью инверсии, что и обусловило грамматическое построение русской фразы-кальки.

Также с помощью частичного калькирования на русский язык передана английская поговорка «he (the man) who pays the piper calls the tune» - «кто платит волынщику, тот и заказывает песни» с последующим уточняющим дескриптивным переводом «т.е. кто платит, тот и распоряжается» и возникший от данной поговорки глагольный фразеологизм «pay the piper and call the tune» - «платить волынщику и заказывать песни» с последующим уточнением «нести расходы и контролировать их». В первом случае на русский язык пословно не калькируется начало английской поговорки «он (человек)», в обоих случаях английское слово «tune» со значением «мелодия, мотив» заменено на лексему сходной понятийности «песня». В то же

время образ остается почти не измененным и близким носителям обоих сопоставляемых языков. Интерес представляет перевод следующего контекста, в котором происходит дальнейшее изменение в русском языке с помощью использования двух гиперонимов: «музыкант» вместо «волынщик», и «музыка» вместо «песня (или мелодия, мотив)»:

Financially speaking, our big newspapers and popular magazines are today more dependent upon their advertisers than they are upon their readers... And of course the old saying holds that **“he who pays the piper calls the tune”**. (U.Sinclair. The Brass Check).

Сегодня наши крупные газеты и популярные журналы в финансовом отношении зависят больше от рекламодателей, чем от читателей... Ну и, конечно, как говорит старая поговорка, **«кто платит музыканту, тот и заказывает музыку»**.

Подобная же замена двух компонентов при калькировании с помощью гиперонимов использована при переводе английской глагольной фразеологической единицы «pay the piper and call the tune», что, вероятно, обусловлено большей понятностью для носителей русского языка полученного в результате замены образа, поскольку волынка является типично английским (и даже шотландским) музыкальным инструментом:

Undershaft. ...I am the government of your country... Be off with you, my boy, and play with your caucuses and leading articles and historic parties and great rest of your toys. I am going back to my counting house **to pay the piper and call the tune**. (B.Shaw. Major Barbara).

Андершафт. ...Я правительство твоей страны... Ступай, мой милый, играй в свои переборы, передовицы, приемы, имеющие историческое значение, в великих лидеров, в животрепещущие вопросы и в остальные твои игрушки! А я вернусь к себе в контору, **заплачу музыкантам и закажу** какую мне нужно **музыку**.

Итак, как показал проведенный анализ, перевод с помощью полного и частичного калькирования составляет примерно 7% от общего количества межъязыковых англо-русских соответствий. При фразеологическом калькировании удается сохранить яркость и образность исходного фразеологического образа, однако как полное, так и частичное калькирование применимо только в том случае, если калькируемый образ является понятным носителям языка рецептора. В абсолютном большинстве случаев калькирование сопровождается описательным переводом в словаре, позволяющим пользователю полу-

читать полную информацию о калькируемой фразеологической единице языка источника.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Арсентьева, Е.Ф. Сопоставительный анализ фразеологических единиц (на материале фразеологических единиц, семантически ориентированных на человека в английском и русском языках) / Е.Ф. Арсентьева. – Казань: Изд-во Казанского ун-та, 1989. – 126 с.
2. Арсентьева, Е.Ф. Сопоставительный анализ фразеологических единиц, семантически ориентированных на человека, в русском и английском языках и вопросы создания русско-английского фразеологического словаря: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.19 / Арсентьева Елена Фридриховна. – М., 1993. – 329 с.
3. Байрамова, Л.К. Фразеология в произведениях В.И. Ленина и принципы ее перевода на татарский язык: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.20 / Байрамова Луиза Каримовна. – Казань, 1983. – 378 с.
4. Зинатуллина, Л.М. Адвербиальные фразеологические единицы в английском и русском языках: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20 / Зинатуллина Лилия Мухарлямовна. – Казань, 2013. – 170 с.
5. Кунин, А.В. Англо-русский фразеологический словарь. - 4-е изд. / А.В. Кунин. – М.: Рус. язык, 1984. – 944 с.
6. Райхштейн, А.Д. Сопоставительный анализ немецкой и русской фразеологии / А.Д. Райхштейн. – М.: Высшая школа, 1980. – 143 с.
7. Рецкер, Я.И. Теория перевода и переводческая практика / Я.И. Рецкер. – М.: Р. Валент, 2009. – 240 с.
8. Салиева, Р.Н. Сопоставительный анализ фразеологических единиц с прозрачной внутренней формой в английском и русском языках / Р.Н. Салиева. – Казань: Казан. гос. ун-т, 2009. – 152 с.
9. Солодуб, Ю.П. Русская фразеология как объект сопоставительно-типологического исследования (на материале фразеологизмов со значением качественной оценки лица): дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.01 / Солодуб Юрий Павлович. – М., 1986. – 406 с.
10. Солодухо, Э.М. Вопросы сопоставительного изучения заимствованной фразеологии / Э.М. Солодухо. – Казань: Изд-во КГУ, 1977. – 158 с.
11. Федоров, А.И. Фразеологический словарь русского литературного языка: в 2 т. / А.И. Федоров. – М.: Топикал, 1995. – 608 с.
12. Шадрин, Н.Л. Перевод фразеологических единиц и сопоставительная стилистика / под ред. Ю.М. Скребнева / Н.Л. Шадрин. – Саратов: Изд-во Саратовского ун-та, 1991. – 220 с.

УДК: 811.11
ББК: 81.5

Позняк Л.П., Звада О.В.

ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ КОНЦЕПТ REVENGE В РОМАНАХ С. ШЕЛДОНА

Poznyak L.P., Zvada O.V.

THE AUTHOR'S CONCEPT REVENGE IN THE NOVELS BY S. SHELDON

Ключевые слова: художественный концепт, текст, образ, вербализатор, когезия, ценность.

Keywords: author's concept, text, image, verbalizer, cohesion, value.

Аннотация: статья посвящена исследованию художественного концепта REVENGE как особого рода концепта. Авторские индивидуальные импликации концепта REVENGE рассматриваются в образах персонажей и выявляются несоответствия между значениями типичных вербализаторов этого концепта и смыслами, которые реализуются в тексте. Посредством художественного концепта REVENGE передается единая коммуникативно-прагматическая направленность всех проанализированных в исследовании произведений С. Шелдона. Она заключается в осмыслении ценности феномена мести для автора. На примере исследуемого концепта утверждается, что художественный концепт способен обеспечивать когезию текста на уровне образов персонажей, его сюжета и композиции.

Abstract: the article is devoted to the author's concept REVENGE as a special kind of concept. Author's individual implications of the concept REVENGE are considered in the images of the characters, and differences between typical meanings of this concept verbalizers and meanings, which are realized in a text are identified. A universal communicative-pragmatic orientation for all the works by S. Sheldon analyzed in the article is transmitted through the author's concept REVENGE. It is the understanding of the value of the phenomenon of revenge for the author. On the example of the investigated concept it is stated that an author's concept is able to provide cohesion of the text at the level of characters, its plot and composition.

Феномен мести с древних времен и по настоящее время привлекает внимание философов, теологов, психологов, социологов, культурологов, лингвистов. В течение эволюции человечества месть как форма межличностных отношений не изжила себя, а продолжает существовать по сей день. Сегодня месть как «репсонсивная форма поведения, кажется, культивируется всеми медиа средствами: кино, пресса, интернет-пространство».¹ Изучение феномена мести с позиций этологии, религии, философии, литературы, психологии, по мнению Н.О. Кузнецовой, свидетельствует о панхронической рекуррентности мести в человеческой культуре, о ее различной социальной роли и переменном оценочном статусе, не получающем единодушного, однополярного толкования и в наши дни. «Месть – уникальный феномен, характеризующий эмоционально-психологическую, социально-поведенческую, нравственную стороны индивида. Объемность изучаемого явления обуславливает интегративный научный интерес к

его сущности».²

Даже в лингвистике это явление не получило однозначной трактовки ввиду своей сложности и неоднозначности. Месть изучается с позиций концептологии и лингвокультурологии, когнитологии и сопоставительной лингвистики (Чесноков, Грецкая, Карпенко и другие). Н.О. Кузнецовой в 2015 г. предпринята попытка комплексного изучения мести «как семантической константы семиосферы внутреннего мира человека в английской языковой репрезентации».³ Семантическая константа в исследовании рассматривается как особая разновидность концепта, который онтологизируется через присвоение человеком, устойчив во времени и имеет значение для личности и для этноса в целом.

Взяв за основу определение художественного концепта, данное В.С. Машошиной, которая понимает его как «эстетически значимое ментальное образование», для которого характерны присутствие в концептосфере автора в качестве устойчивой семантической доминанты, универсального элемента системы смысла художественного текста; аккумуляция свойств познавательного концепта наряду с

¹ Кузнецова, Н.О. Репрезентация семантической константы REVENGE в английском языке [Текст]: дис. канд. филол. наук: 10.02.04 / Н.О. Кузнецова. – Абакан, 2015. – С. 21.

² Там же. С. 23.

³ Там же. С. 5.

ценностно-ориентированной сущностью; включенность в психоментальную сферу определенного этнокультурного сообщества, национальную художественную картину мира»¹, мы считаем, что изучение семантических констант внутреннего мира представителей того или иного этноса возможно посредством исследования этого типа концепта, репрезентированного в образах персонажей художественного произведения. В этом видится актуальность настоящего исследования.

В художественном произведении концепт проявляется не только через собственно лингвистические, но и нелингвистические способы представления концептуальной информации (через особенности композиции, сюжетостроения, систему образов и др.) и поэтому необходимо изучение воплощения концепта и на различных уровнях текста.

Анализ содержания семантических доминант и языковых средств их выражения позволяет приблизиться к пониманию того, как результаты восприятия и осмысления писателем окружающей действительности объективируются в языке художественного произведения, что в значительной степени позволяет решить проблему интерпретации текста.²

Установление релевантных для конкретного художественного произведения концептов требует выявления слов-экспликатов или слов-номинантов (абстрактных, эмоциональных), а также философских концептов.³

Ключевыми экспликатрами концепта REVENGE в английском языке являются лексемы «vengeance», «revenge», «avenger» и «retribution». (Карпенко, Машошина 2015).

Настоящая статья посвящена изучению индивидуальных импликаций художественного концепта REVENGE в образах персонажей, а также выявлению возможных несоответствий между закрепленными в словарях значениями

типичных вербализаторов исследуемого концепта в английском языке и смыслами исследуемого концепта, которые реализуются в художественном тексте. Исследование выполнено на материале романов популярного американского писателя, автора серии бестселлеров С. Шелдона «The Other Side of Midnight» и «Memories of Midnight», объединенных в диологию, а также «The Best Laid Plans» и «If Tomorrow Comes».

Первая часть диологии, роман «The Other Side of Midnight», повествует о жизни двух молодых женщин, родившихся примерно в одно и то же время в разных частях земного шара: Ноэль Паж в Марселе (Франция) и Кэтрин Александер в Чикаго (США). После серии предательств со стороны близких людей жизнь одной из героинь романа, Ноэль Паж, подчиняется желанию отомстить. Ноэль талантлива и смогла добиться успеха, сделав карьеру актрисы, но это не было главным для нее:

...stardom was not her goal. The truth was that Noelle was not even interested in acting.⁴

Noelle's motivation was very simple. Everything she did was for Larry Douglas. When Noelle posed for photographs, she visualized her former lover picking up a magazine and recognizing her picture. When she played a scene in a movie, she saw Larry Douglas sitting in a theater one night in some far-off country, watching her. Her work was a reminder to him, a message from the past, a signal that would one day bring him back to her; and that was all Noelle wanted, for him to come back to her, so that she could destroy him.⁵

Став знаменитой, Ноэль хочет заставить Ларри страдать и сожалеть о том, что он предал её когда-то, отказавшись жениться на ней. В приведенном примере концепт REVENGE имплицитно выражается посредством лексики «destroy», которая не входит в семантическое поле REVENGE, но исходя из макроконтраста всего произведения, может быть рассмотрена как синоним глагола «get even with», предполагающего ответное действие за причиненную обиду. Destroy, согласно данным словарей, имеет значение «to damage something so badly that it cannot be repaired or so that it no longer exists; to ruin someone's life completely so that they have no hope for the future» (Longman Dictionary of Contemporary English, 2004) – повредить что-то так сильно, что оно не может быть восстановлено или так, что оно больше не существует; испортить

¹ Машошина, В. С. Способы языковой объективации абстрактных концептов в американской художественной литературе (на материале романа Г. Мелвилла «Моби Дик, или Белый Кит») [Текст]: дис. канд. филол. наук: 10.02.04 / Машошина Виктория Сергеевна. – Москва, 2015. – С. 26.

² Машошина, В.С. Способы языковой объективации абстрактных концептов в американской художественной литературе (на материале романа Г. Мелвилла «Моби Дик, или Белый Кит»): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / В.С. Машошина. – М., 2015. – С. 4.

³ Ерофеева Л.А. Метафорические репрезентации доминантных концептов в поэтической картине мира Р.М. Рильке: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Л.А. Ерофеева. – Саратов, 2007. – С. 10.

⁴ Sheldon, S. The Other Side of Midnight / S. Sheldon. – London, Harper Collins Publishers, 1999. – P. 113.

⁵ Там же. P. 141.

кому-то жизнь полностью так, что у них нет надежды на (совместное) будущее. Семантическое значение глагола «destroy» не предполагает ответного действия на несправедливость. В контексте же примера этот глагол используется как ответная реакция персонажа на когда-то причиненное зло, что позволяет нам рассматривать его как средство оязыковления исследуемого концепта.

Однако, встретившись с Ларри Дугласом, Ноэль Паж готова забыть его предательство и, простив, не расставаться с ним ни на миг.

It seemed to Noelle that everything she had achieved in her life had been through her hatred. Her father's betrayal had molded and shaped her, annealed and hardened her, filled her with a hunger for vengeance that could be satisfied with nothing less than a kingdom of her own in which she was allpowerful, in which she could never be betrayed again, never be hurt. She had finally achieved that. And now she was ready to give it up for this man. Because she knew now that what she had always wanted was for Larry to need her, to love her. And at last, he did. And that, finally was her real kingdom.¹

В данном примере концепт REVENGE вербализуется лексемой «vengeance».

По данным словарей, vengeance – the act of or desire for taking revenge; retributive punishment. From Old French, from venger to *avenge*, from Latin vindicare to *punish* (Collins, English Terms Dictionary 2015) – акт или желание отомстить, наказание возмездием. Из старофранцузского, от *venger* мстить, от латинского *vindicare* наказывать. В юриспруденции есть термин «vengeance», означающий «воздаяние, отмщение» (Burton's Legal Dictionary 2015).

В вышеупомянутом примере причиной для мести является предательство, вызвавшее ненависть к объекту мести, что передается лексемами «hatred», «betrayal», «be betrayed». Тем самым имплицитно выражается мысль о справедливом воздаянии за содеянное. Таким образом, «vengeance» мстит за беззаконие, грозит местью за несправедливое дело, каким выступает предательство близкого человека, следовательно, является справедливой и действует в полном соответствии с общечеловеческой моралью, под которой понимаются «нормативно-ценностные суждения (о добре и долге), выраженные в виде требований в случае несоответствующей стандарту поведения ситуации и представлениям о норме (то есть о том, что есть правильно и не-

правильно)».²

Наряду с Ноэль Паж жизнь другого персонажа дилогии, Константина Демириса, подчинена мести всем, кто в той или иной степени мешает ему добиться цели или когда-либо предал его.

He was an unforgiving man who never forgot a slight. To the ancient Greeks the word *dikaosini*, justice, was often synonymous with *ekdikisis*, vengeance, and Demiris was obsessed with both. He remembered every affront he had ever suffered, and those who were unlucky enough to incur his enmity were paid back a hundredfold. They were never aware of it, for Demiris's mathematical mind made a game of exacting retribution, patiently working out elaborate traps and spinning complex webs that finally caught and destroyed his enemies.³

В приведенном примере используются следующие лексические единицы, эксплицирующие концепт REVENGE: «vengeance», «pay back», «retribution». «Vengeance» в данном микроконтексте синонимично «justice». Согласно данным словарей, «justice» – the quality of being just, impartial, or fair; the principle or ideal of just dealing; *also*: conformity

to the principle or ideal of just dealing. From Old French, from Latin *justitia*, from *justus* just (Merriam-Webster's Dictionary of Law, Merriam-Webster, 1996) – качество быть справедливым, беспристрастным или честным; принцип или идеал справедливого поступка; *также*: соответствие принципу или идеалу справедливого поступка. Из старофранцузского, латинского от *justitia*, от *justus* – «справедливый», «справедливость», «правосудие».

Таким образом, в примере эксплицируется понимание концепта «месть» древними греками, для которых месть была эквивалентна справедливости. Сходство Демириса, грека по национальности, с древними греками вербализуется посредством иноязычной лексики, благодаря чему вырисовывается образ грека, моральные ценности которого мало чем отличаются от приоритетов древних греков. Прилагательное «unforgiving» в описании характера Демириса имплицитно выражает расхождение его образа жизни с христианской моралью, проповедующей идею прощения своих обидчиков, т.е. отказа от мести.

Тем самым положительная лексема «justice» становится эквивалентной отрицательной

² Звада, О.В. Фрейм "morality" и его объективация в языке (на материале английского языка): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / О.В. Звада. – Иркутск: ИГЛУ, 2003. – С. 146.

³ Sheldon, S. The Other Side of Midnight / S. Sheldon. – London, Harper Collins Publishers, 1999. – P. 11.

¹ Sheldon, S. The Other Side of Midnight / S. Sheldon. – London, Harper Collins Publishers, 1999. – P. 329.

«revenge», а не «vengeance», имеющей положительное коннотативное значение в контексте первого примера.

Художественный концепт REVENGE в образе Демириса в приведенном выше примере вербализуется также лексемами «pay back» и «retribution». Обратившись к словарям, находим, что значение лексемы «pay back» – act or give recompense in recognition of some-one's behavior or actions, take a revenge on or get even (Useful English Dictionary, 2012, English Terms Dictionary, 2015), – воздать или дать награду в знак признания чьего-то поведения или действия, отомстить или отплатить. В сочетании с интенсификатором a hundredfold «pay back» приобретает резко негативное значение.

Словарное значение лексемы «retribution» – punishment imposed (as on a convicted criminal) for purposes of repayment or revenge for the wrong committed; appropriate and just pu-

nishment for a crime or misdeed (The Essential Law Dictionary, Sphinx Publishing, An imprint of

Sourcebooks, Inc. Amy Hackney Blackwell, 2008); punishment for evil done or reward for good

done; requital (English World dictionary, V. Neufeldt, 2014) – наказание, накладываемое (как на осужденного преступника) для целей расплаты или мести за причиненные обиды; адекватное и справедливое наказание за преступление или проступок. Данная лексическая единица предполагает суровое наказание, справедливо заслуженное с точки зрения морали (WNDS 1984, English World Dictionary. V. Neufeldt, 2014; Burton's Legal Dictionary 2015).

В сочетании с лексемой «game», предполагающей получение удовольствия от наказания своих обидчиков, «retribution» приобретает негативное значение. В контексте примера имплицитруется виндиктивное поведение персонажа, основанное на планировании и воплощении наказания и идущее вразрез с ценностными установками культуры, согласно которым месть считается произволом личности и осуждается обществом. По данным Э.М. Хэлловелла, месть как сложная эмоциональная поведенческая реакция является результатом развития негативных переживаний, иллюзий восстановления внутреннего баланса, контроля над ситуацией, повышающей самооценку. На уровне физиологии появление мести как сложной эмоции возникает за счет выброса адреналина или гормона удовольствия, и приводит без функции торможения к психической зависимости и в конечном итоге, к саморазрушению личности. Можно ска-

зать, что в мести человек сам себе закон.¹ Персонажи С. Шелдона являются тому подтверждением. Однако, если для Ноэль Паж месть – жажда восстановить справедливость и имеет положительное значение, то для Демириса – это навязчивая идея, своего рода игра, от которой он получает удовольствие, и несет отрицательный заряд. Так, в образах двух персонажей лексема «vengeance» как вербализатор концепта REVENGE имеет два противоположных смысловых оттенка: месть как справедливое возмездие и месть как игра в справедливость.

Сюжет второго романа дилогии, «Memories of the Midnight», соотносится с сюжетом романа «The Other Side of Midnight»: по наущению греческого миллиардера Константина Демириса казнены Ноэль Паж и Ларри Дуглас за преступление, которого они не совершали — их обвинили в убийстве жены Ларри Кэтрин, тело которой так и не было обнаружено. Демирис не мог простить предательства своей любовнице Ноэль Паж, изменившей ему с его пилотом Ларри Дугласом. Желая отомстить за измену, случайно узнавший об этом Демирис сознательно утаил от суда местонахождение Кэтрин, которая потеряла память и находилась в монастыре, где её спасли и приютили монахини. Демирис руками чиновников, приговоривших Ноэль и Ларри к смерти, совершил тяжкое преступление, убив двух невиновных людей. В дальнейшем он попытается убить и Кэтрин как единственного свидетеля преступления, однако погибает сам.

Месь для Демириса стала его второй сущностью, без которой он не мыслит своей жизни. На это наводит вереница преступлений, совершенных Демирисом: после убийства Ноэль и Ларри он убивает Ставроса и пытается убить Чотаса, адвокатов, ставших свидетелями его преступления по отношению к Ноэль Паж и Ларри Дугласу и поэтому имевших власть над ним; он пытается убить Спираса Ламброу, узнавшего эту тайну и пытавшегося уничтожить Демириса за плохое отношение к его сестре Мелине, имевшей несчастье стать его женой. Он также нанял убийцу для ликвидации Кэтрин Александер, таким образом отомстив Ларри, даже мёртвому:

*It's too bad I can't afford to let her live. But first – my vengeance. She'll stay alive until I take my revenge. I'm going to enjoy myself with her.*²

¹ Чесноков, И.И. Концепт «месть» в лингвокультурном аспекте // Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей / Отв. ред. В.В. Красных, А.И. Изотов. – М.: МАКС Пресс, 2005. – Вып. 29. – С. 28.

² Sheldon, S. Memories of Midnight / S. Sheldon. – New York, Warner Books, 1991. – P. 41.

Во внутреннем монологе Демириса игра в справедливость, эксплицируемая посредством лексемы «vengeance», отождествляется с лексемой «revenge», имеющей значение «the act of retaliating for wrongs or injury received; vengeance». From Old French *revenger*, from Late Latin *revindicare*, from RE- + *vindicare* to vindicate (Collins) – акт расплаты за нанесённое зло или вред, отмщение. Из старофранцузского *revenger*, от позднелатинского *revindicare*, от RE- + *vindicare* мстить. Значения приставки RE- как морфемы – мельчайшей семантической единицы, RE- + *vindicare* обозначает «мстить снова, заново, в отместку за что-то, не на пустом месте, а на основании чего-то».

Однако согласно сюжету, Кэтрин Александер скорее невинная жертва, чья вина лишь в том, что она является свидетелем слишком далеко зашедшей игры Демириса в справедливость. Таким образом, значение лексемы «revenge» реализуется не полностью и приравнивается по смыслу к «killing».

При анализе образов других персонажей диалогии концепт REVENGE выявлен не был. Считаем, что наличие общего концепта (в данном случае это REVENGE) в образах персонажей является их объединяющим элементом, репрезентирующим когезию текста на уровне образов и композиции, в основе которой находится принцип контраста и аналогии¹ с преобладанием аналогии, что подтверждается при сопоставлении образов Ноэль Паж и Константина Демириса.

Негативное отношение автора к концепту REVENGE эксплицируется посредством гибели персонажей, которые подчиняют свою жизнь мести, возводя ее в ранг своих моральных ценностей, «выработанных в процессе практического и духовного освоения действительности и соответствующих должному устройству мира».²

Заметим, однако, что отрицательное отношение автора к концепту REVENGE через образы героев не всегда передается через физическую гибель персонажа, в приоритетах которого он выявлен.

Для примера рассмотрим роман С. Шелдона «The Best Laid Plans». Действие произведения происходит в наши дни в США.

Главный герой, подающий надежды адво-

кат Оливер Расселл, имеет репутацию дамского угодника. Ради карьеры губернатора штата, а затем и президента страны, он расстаётся со своей невестой Лесли Стюарт и женится на дочери мультимиллиардера Дейвиса. Лесли Стюарт полна желания отомстить Оливеру.

После свадебной церемонии Оливера она пишет в своем дневнике:

Oliver looked more handsome than ever. He seemed very happy. I'm pleased.

*Because before I'm finished with him, I'm going to make him wish he had never been born.*³

Экспликация концепта REVENGE в данном примере происходит посредством лексемы «be finished with», имеющей значение «stop doing smth, stop dealing with smb» (Dictionary of Contemporary English) – перестать делать что-л., перестать иметь дело с кем-л., покончить с кем-л. В данном микроконтексте эта лексическая единица синонимична фразовому глаголу «get even with», входящему в семантическое поле концепта REVENGE.

Став медиамагнатом, Лесли Стюарт следит за карьерой Оливера Расселла и собирает на него компромат, обуреваемая жадой уничтожить то, что помешало им быть вместе – его карьеру. В газете, которой владеет Лесли, периодически появляются скандальные статьи об Оливере Расселле.

Оливер уверен, что все это – месть ему:

*'Leslie Stewart is behind it. <...> She's trying to get her revenge because I jilted her for you.'*⁴

В этом примере Оливер Расселл объясняет жене причину появления в прессе скандальных статей о нем – месть за причиненную когда-то личную обиду Лесли Стюарт, что передается через лексическую единицу «get her revenge». В контексте примера мы видим полное соответствие лексемы revenge своему значению: «расплата за конкретное свершившееся действие (что следует из внутренней формы, в частности из значения приставки RE-)».

Превращение провинциальной, подающей надежды служащей в акулу медиабизнеса не помогло Лесли отказаться от мести. Более того, именно жажда мести продвигала ее к карьерным высотам, что эксплицируется в разговоре Лесли с Оливером:

'Do you hate me?'

She shook her head slowly. 'No. I thought I hated you.' She smiled wryly. 'In a way, I suppose that's the reason for my success.'

'I don't understand.'

³ Sheldon, S. The Best Laid Plans / S. Sheldon. – London, Harper Collins Publishers, 1998. – P. 30.

⁴ Там же. P. 190.

¹ Позняк, Л.П. Тексторганизующая роль контраста и аналогии в произведениях англоязычных авторов: дис. ...канд. филол. наук: 10.02.04 / Л.П. Позняк. – Иркутск: ИГЛУ, 2002. – С. 61.

² Звада, О.В. Фрейм "morality" и его объективация в языке (на материале английского языка): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / О.В. Звада. – Иркутск: ИГЛУ, 2003. – С. 147.

'I wanted to get back at you, Oliver. I bought newspapers and television stations so that I could attack you'.¹

В контексте приведенного примера концепт REVENGE передается через фразовый глагол «to get back at smb», который имеет значение «take revenge on, exact/wreak revenge on, avenge oneself on, take vengeance on, get even with, pay back, retaliate on/against, exact retribution on, give someone their just deserts; Brit. informal get one's own back on» (Useful English dictionary, Dictionary of American idioms, English Dictionary for Students, New Thesaurus, English Terms Dictionary, Thesaurus of Popular Words) – отомстить, отомстить за себя кому-л., мстить, отплатить, возмездие, дать кому-то по заслугам; отомстить кому-либо, отомстить за обиду.

В романе повествуется о нескольких убийствах женщин, прямо или косвенно связанных с Оливером Расселлом. Косвенные улики указывали на его причастность к этим преступлениям. Считая, что настал час ее мести Оливеру за прошлую обиду, Лесли собственноручно пишет и публикует статью в газете, принадлежащей ей, в которой называет Оливера Расселла убийцей.

Узнав об истинном убийце из прямого телеэфира, Лесли пытается спасти свою репутацию и изъять из продажи весь тираж газеты, в которой изобличался Президент, но оказывается уже поздно. Вся страна стала свидетелем «знаменитости» Лесли, сделавшей её «the laughingstock of the world»², что означает конец всех профессиональных достижений, равносильный гибели.

В то же время персонаж С. Шелдона, отказавшийся от мести своим врагам, остается положительным и не погибает ни физически, ни духовно.

Так, в романе «If Tomorrow Comes», главная героиня, Трейси Уитни, потеряв близкого человека, лишившись успешной карьеры и попав в тюрьму за преступление, которого не совершала, потеряв ребенка, но по воле случая, оказавшись на свободе, также решает наказать людей, виновных в ее бедах.

Концепт REVENGE в образе Трейси Уитни имеет значение «возмездие, восстановление справедливости», т.к. героиня мстит отрицательным персонажам, что можно передать скорее лексемой «retribution», имеющей положительный смысл.

She was going to make them pay. Every one

of them. She had no idea how. But she knew she was going to get revenge. *Tomorrow*, she thought. *If tomorrow comes*.³

Глагол «pay» в этом примере имеет значение «to make someone suffer for doing something wrong or unpleasant» (Longman Dictionary of Contemporary English, 2004) и входит в семантическое поле концепта REVENGE.

Структурно роман состоит из трёх частей. В первой части главная героиня определяет круг лиц, которым собирается отомстить. В части не содержится лексических единиц, имеющих прямое отношение к концепту REVENGE, однако список людей, разрушивших жизнь Трейси, а также лексема «plan», рекуррентно повторяющаяся в тексте, имплицитно идею возмездия и восстановления справедливости. Вторая, самая короткая, часть включает описание возмездия Трейси по отношению к своим обидчикам. Первому она отомстила Джозефу Романо, из-за которого покончила с собой её мать, когда тот разорил её фирму и предъявил счет на огромную сумму. Так же, как и ее в своё время подставил и посадил в тюрьму Романо, Трейси подставила его перед Энтони Орзатти, мафиози, «правившим» в Новом Орлеане и на которого работал Романо. Вторым расплата настигла адвоката Перри Поупа, подосланного Романо и Орзатти и в сговоре с судьёй Генри Лоренсом упрятавшего Трейси за решетку. Следом за ними возмездие получил судья Лоренс. Мафия, одним из влиятельных членов которой был Энтони Орзатти, отстранила его от ведения дел, что было для него равносильно гибели.

Несмотря на наказание своих обидчиков, разрушивших её жизнь, Трейси не чувствовала себя счастливой:

For so long now, her every waking thought had been to avenge what had been done to her mother and herself. And now that it was almost finished, there was only an emptiness inside her.⁴

В данном примере концепт REVENGE передается лексемой «avenge», имеющей значение «to inflict a punishment in retaliation for (harm, injury, etc.) done to (a person or persons); take revenge for or on behalf of»; from Old French *avengier*, from *vengier*, from Latin *vindicare* (Collins) – осуществлять наказание в качестве возмездия за вред, ущерб и т.п., сделанный человеку или людям; мстить за что-л. или от имени кого-л., из старофранцузского – *avengier*, от *vengier*, от латинского *vindicare*.

¹ Sheldon, S. *The Best Laid Plans* / S. Sheldon. – London, Harper Collins Publishers, 1998. – P. 197.

² Там же. P. 340.

³ Sheldon, S. *If Tomorrow Comes* / S. Sheldon. – Warner Books Inc., 1986. – P. 63.

⁴ Sheldon, S. *If Tomorrow Comes* / S. Sheldon. – Warner Books Inc., 1986. – P. 151.

Бывший жених Трейси, Чарльз Стэнхоуп III, был последним объектом её мести. Случайно увидев его с женой в ресторане, Трейси отказалась от мести в отношении него, т.к. поняла, что, женившись на нелюбимой женщине, Чарльз сам себя наказал:

Tracy could visualize the endless, tedious years ahead of the two of them. No love. No joy. *That is Charlie's punishment*, Tracy thought, and she felt sudden surge of release, a freedom from the deep, dark, emotional chains that had bound her.

<...>

It was over. The past was finally buried.¹

В вышеприведенном примере концепт REVENGE эксплицируется посредством лексемы «punishment».

Отказавшись от мести, не дав этой сложной поведенческой реакции возобладать над собой, Трейси Уитни не переходит, подобно персонажам других романов С. Шелдона, в ряд отрицательных героинь.

Именно отношение к концепту REVENGE является началом противопоставления персонажей писателя. Если в начале произведения поступки героев, которые в дальнейшем станут отрицательными, находят у читателя сочувствие и оправдание, то в конце становится ясной их принадлежность к миру Зла, и сочувствие переходит в осуждение. Изменение отношения к персонажам может также рассматриваться как прагматическое воздействие, основанное на контрасте начального и конечного восприятия, создаваемого лингвостилистическими средствами положительной и отрицательной семантики. Это справедливо для всех исследованных произведений С. Шелдона, что говорит о реализации их единой коммуникативно-прагматической направленности, в основе которой лежит принцип аналогии. При динамичности сюжета персонажи писателя статичны, в чем и проявляется контраст.² Принадлежность тех или иных персонажей к миру Добра или миру Зла остаётся неизменной на протяжении всего произведения, однако это не всегда заметно при поверхностном чтении.

Имплицитруемая мысль о том, что для достижения намеченной цели все средства хороши, могла бы привести к переосмыслению вечной проблемы человечества – противоборство Добра и Зла, т.к. идея мести во благо (мести

за поруганную честь, «око за око» и т.д.) довольно часто находит одобрение у читателя. Это в свою очередь может привести к оправданию Зла, к изменению моральных и духовных ценностей человеческого общества. Однако этого не происходит, благодаря неизменному концу: желающий отомстить погибает сам. Таким образом, концепт REVENGE представлен как своего рода антиценность.

В исследовании концепта REVENGE в творчестве С. Шелдона и понимании произведений писателя как единого семиотического пространства текста, в терминологии Ю.М. Лотмана, обнаруживается совпадение в понимании образа персонажа и концепта REVENGE. Так, этот концепт представлен в негативных образах. Отказ персонажа от мести или полное отсутствие концепта REVENGE в образе имплицитирует негативную оценку данного концепта в сознании писателя.

Подводя итоги, отметим, что художественный концепт REVENGE в образах персонажей романов С. Шелдона актуализируется следующими способами:

- восстановление справедливости за причиненную обиду, что наблюдается в образах всех без исключения персонажей проанализированных романов;
- игра в справедливость, способная оправдать убийство невинного человека, выявленная в образе Константина Демириса;
- желание разрушить жизнь человека, причинившего обиду, обнаруженное в образе Лесли Стюарт;
- отказ от мести за причиненную обиду представлен лишь в образе Трейси Уитни, которая, отомстив всем своим обидчикам, нашла в себе силы остановиться и начать новую жизнь.

Художественный концепт REVENGE в произведениях С. Шелдона передается с помощью лексем «vengeance», «revenge», «avenge», «retribution», «pay back», «get even with». В образах различных персонажей данные лексемы могут соответствовать своим значениям не полностью и приобретать различные смысловые оттенки. В художественном произведении буквальное значение слова обрастает новыми, совершенно иными смыслами. Например, в образе Константина Демириса лексема «vengeance» становится синонимичной «killing», которая не входит в поле концепта REVENGE. Среди подобных элементов выявлены также «destroy» (Лесли Стюарт), «be finished with» (Лесли Стюарт), «plan» (Нозль Паж, Константин Демирис, Лесли Стюарт, Трейси Уитни).

На примере концепта REVENGE мы пришли к выводу, что художественный концепт

¹ Там же. Р. 158.

² Позняк, Л.П. Тексторганизующая роль контраста и аналогии в произведениях англоязычных авторов: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Л.П. Позняк. – Иркутск: ИГЛУ, 2002. – С. 62-63.

способен обеспечивать когезию текста на уровне образов персонажей, сюжета и композиции.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Грецкая, С.С. Концепт REVENGE / МЕСТЬ в когнитивно-функциональном аспекте (на материале английского и русского языков): автореф. дис. ... канд. филол. наук 10.02.20 / С.С. Грецкая. – МГУ им. М.В. Ломоносова, 2013. – 19 с.
2. Ерофеева Л.А. Метафорические репрезентации доминантных концептов в поэтической картине мира Р. М. Рильке: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Л.А. Ерофеева. – Саратов, 2007. – 248 с.
3. Звада, О.В. Фрейм "morality" и его объективация в языке (на материале английского языка): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / О.В. Звада. – Иркутск: ИГЛУ, 2003. – 173 с.
4. Карпенко, У.А. Концепт «мечь» в русской, итальянской, английской культурно-языковых традициях как константа культуры / У.А. Карпенко. – Режим доступа: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/73945/-05-Karpenko.pdf?sequence=1>
5. Колесникова, В.В. Художественный концепт «Душа» и его языковая репрезентация (на материале произведений Б. Пастернака): автореф. дис. ... канд. филол. наук 10.02.01 / В.В. Колесникова. – Краснодар: КГУ, 2008. – 21 с.
6. Кузнецова, Н.О. Репрезентация семантической константы REVENGE в английском языке: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Н.О. Кузнецова. – Абакан, 2015. – 200 с.
7. Лотман, Ю.М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история / Ю.М. Лотман. – М.: Языки русской культуры, 1999. – 464 с.
8. Машошина, В.С. Способы языковой объективации абстрактных концептов в американской художественной литературе (на материале романа Г. Мелвилла «Моби Дик, или Белый Кит»): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / В.С. Машошина. – М., 2015. – 195 с.
9. Позняк, Л.П. Тексторганизующая роль контраста и аналогии в произведениях англоязычных авторов: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Л.П. Позняк. – Иркутск: ИГЛУ, 2002. – 187 с.
10. Тарасова, И.А. Поэтический идиостиль в когнитивном аспекте / И.А. Тарасова. – 2-е изд. – М.: Флинта, 2012. – 196 с.
11. Чесноков, И.И. Концепт «мечь» в лингвокультурном аспекте // Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей / Отв. ред. В.В. Красных, А.И. Изотов. – М.: МАКС Пресс, 2005. – Вып. 29. – С. 22-33.
12. Hallowell, Ed. M. Dare to Forgive: The Power of Letting Go and Moving on / Ed. M. Hallowell. – Deerfield Beach, Florida: HCI Books, 2006. – 258 p.
13. Sheldon, S. The Other Side of Midnight / S. Sheldon. – London, Harper Collins Publishers, 1999. – 440 p.
14. Sheldon, S. Memories of Midnight / S. Sheldon. – New York, Warner Books, 1991. – 404 p.
15. Sheldon, S. The Best Laid Plans / S. Sheldon. – London, Harper Collins Publishers, 1998. – 344 p.
16. Sheldon, S. If Tomorrow Comes / S. Sheldon. – Warner Books Inc., 1986. – 408 p.

УДК: 811.11
ББК: 81.5

Стариннова Т.Б., Новоселова И.В.

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ПЕРЕВОДНОЙ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ
ЛИТЕРАТУРЫ (НА ПРИМЕРЕ ПЕРЕВОДА НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК ПРОИЗВЕДЕНИЯ
КАБАБАТА ЯСУНАРИ «THE SOUND OF THE MOUNTAIN»)

Starinnova T.B., Novoselova I.V.

LINGUOCULTURAL ASPECT OF THE ENGLISH TRANSLATED LITERATURE (ON THE
EXAMPLE OF THE TRANSLATION INTO ENGLISH LANGUAGE THE COMPOSITION BY
KAWABATA YASUNARI «THE SOUND OF THE MOUNTAIN»)

Ключевые слова: лингвокультурология, концепт, лингвокультурема, онимы, реалии, одомашини-
вающий метод перевода, лингвокультурема с родовым значением, одомашненные лингвокультуре-
мы, искаженные лингвокультурема, лингвокультурема-экзотизмы, локальные / темпоральные, коллек-
тивистские / индивидуалистические, реактивные / моноактивные, низкоконтекстные / высококон-
текстные, специфические культуры.

Keywords: cultural linguistics, concept, linguo-cultureme, onyms, realities, domesticating translation
method, linguo-culturemes with the generic value, domesticated linguo-culturemes, distorted linguo-
culturemes, exotic linguo-culturemes, local / temporal, collectivistic / individualistic, reactive / monoactive,
low-context / high-context cultures.

Аннотация: в статье описывается исследование лингвокультурологического аспекта пере-
водного произведения на английский язык. Основной единицей анализа является лингвокультурема,
которая рассматривается как с позиций предметной, так и понятийной составляющей.

Abstract: the article describes the study of a linguocultural aspect of an English translated literary
composition. The basic unit of the analysis is the linguo-cultureme, which is analyzed from a position of both
objective and conceptual component.

Исследование взаимосвязи языка и куль-
туры имеет давнюю традицию. Изучению дан-
ного вопроса посвящены фундаментальные тру-
ды многих ученых — А.А. Потебни¹, С.Г. Вор-
качёва², В.В. Воробьева³, Е.Н. Лучининой⁴,
В.Н. Телии⁵, И.Г. Ольшанского⁶, Е.О. Опарина

ной⁷ и др. Необходимость более точного рас-
смотрения корреляции культуры и языка, обу-
словила возникновение в XX веке такой меж-
дисциплинарной науки как лингвокультуроло-
гия⁸.

Во многих видах и типах речи, в том чис-
ле и в переводной литературе, лингвокультуроло-
гический аспект затрагивает целый ряд спе-
цифических вопросов теоретического и практи-
ческого характера. По нашему мнению, он наи-
более ярко показывает восприятие чужой куль-
туры через язык. Данному аспекту посвящены
работы В.С. Виноградова⁹, В.А. Масловой¹,

¹ Потебня, А.А. Мысль и язык: учеб. пособие. /
А.А. Потебня. — М.: Лабиринт, 2007. — 256 с.

² Воркачев, С.Г. Лингвокультурология, языковая
личность, концепт: становление антропоцентрической
парадигмы в языкознании [Текст] / С.Г. Воркачев // *Филологические науки*. — 2001. — № 1. — С. 64-72.

³ Воробьев, В.В. Лингвокультурология (теория и
методы) [Текст] / В.В. Воробьев. — М.: РУДН, 1997. —
331 с.

⁴ Лучинина, Е.Н. Лингвокультурология в систе-
ме гуманитарного знания / Е.Н. Лучинина // Твер-
ской государственный университет. Критика и се-
миотика. — Т., 2004. — № 7. — 2004. — С. 238-243.

⁵ Телия, В.Н. Основные постулаты лингвокуль-
турологии / В.Н. Телия // *Филология и культура: мате-
риалы II междунар. конф. 12–14 мая 1999 г.: в 3 ч.* / отв.
ред. Н.Н. Болдырев. Тамбов: Изд-во ТГУ, 1999. —
С. 14–15.

⁶ Ольшанский, И.Г. Лингвокультурология:
Методологические основания и базовые понятия
[Текст] / И.Г. Ольшанский // *Язык и культура: сб.*

обзоров. — М., 1999. — № 2. — С. 10-26.

⁷ Опарина, Е.О. Лингвокультурология: Методо-
логические основания и базовые понятия / отв. ред.
Е.О. Опарина // *Язык и культура: сб. обзоров* / РАН.
ИНИОН. — М.: ИНИОН, 1999. — № 2. — С. 27-48.

⁸ Лучинина, Е.Н. Лингвокультурология в систе-
ме гуманитарного знания / Е.Н. Лучинина // Твер-
ской государственный университет. Критика и се-
миотика. — Т., 2004. — № 7. — 2004. — С. 238-243.

⁹ Виноградов, В. С. Лексические вопросы пе-
ревода художественной прозы [Текст] / В.С. Вино-
градов. — М.: Изд-во Московского университета,
1978. — 174 с.

Е.Ф. Нечаевой² и др.

Целью данной статьи является анализ лингвокультурологических особенностей романа Кавабата Ясунари «The Sound of the Mountain» в переводе американского писателя Эдварда Сейденстикера.

В ходе исследования нами были рассмотрены этапы становления лингвокультурологии и ее основные направления (диахроническая лингвокультурология; сравнительная лингвокультурология; сопоставительная лингвокультурология; лингвокультурная лексикография³).

Мы полагаем, что определение Е.И. Зиновьевой и Е.Е. Юркова наиболее точно соответствует проблематике нашего исследования. Однако, мы не отрицаем значимость других дефиниций и предлагаем, в качестве рабочего определения, следующее:

«Лингвокультурология — это языковедческая междисциплинарная наука, изучающая связи культуры и языка, как целостных систем, а также проявление культуры, через язык, в котором она закрепились, и изучение которого раскрывало бы значение анализируемых единиц, его оттенки, коннотации и ассоциации, отражающие сознание носителей языка».

Общепризнано, что объектом лингвокультурологии является изучение и анализ корреляции языка, как выразителя культурной информации его носителя, и окружающей его культуры. Предмет исследования лингвокультурологии — это «единицы языка и дискурса, обладающие культурно-значимым наполнением» и то, что составляет языковую картину мира.

В основу лингвокультурологического анализа нашей работы заложен рабочий термин, предложенный В.В. Воробьевым, а именно, «лингвокультурема». Лингвокультурема — это «диалектическое единство лингвистического и экстралингвистического (понятийного и предметного) содержания». Это соответствует в большей мере тематике нашей работы. Поэтому лингвокультурема как более глубокая единица, чем слово и включающая в себя знак - значение - понятие/предмет обусловило изучение напол-

нения лингвокультурем в данном аспекте и позволило выявить суть корреляции языка и культуры.

В нашей работе типологизация культурем в лингвокультурологии происходит в основном в двух направлениях: с одной стороны — это манифестация реалий, с другой стороны — онимов в художественном произведении.

«Реалия как элемент культуры воздействует на получателя сообщения, вызывая определенную реакцию на денотат или явление действительности, незнакомое носителю другой культуры». «Онимы в художественных и публицистических текстах образуют особого рода лингвокультурные коды, <...> и, переплетаясь с другими кодами, из которых «соткан» текст, несут в его составе символическую нагрузку».

Анализ лингвокультурем романа «The Sound of the Mountain» показал, что Э. Сейденстикер вводит в произведение большое количество лингвокультурем самого различного характера, которые мы отнесли к двум основным типам: реалиям и онимам. В свою очередь, данные лингвокультуремы мы можем подразделить на следующие подтипы: предметы окружающей действительности и явления различного характера.

Так, предметы окружающей действительности — это предметы домашнего обихода, которые представлены в романе номинацией одежды (cotton kimono, obi (пер. пояс), juban («рубашка, надеваемая под кимоно»), arpon, coat); обуви (sandals (сандалии/гэта)); посуды (bamboo frame lacquered black on the outside and red on the inside, chopsticks, cup); функционально-декоративных предметов мебели (door (дверь/сёдзи), floor (настил/циновка), cushion, kotatsu («A quilt-covered frame over a sunken brazier for warming the extremities» — Жаровня, которая накрыта рамой, затянутой одеялом. Используется для обогрева ног и рук), door (дверь/фусума); бытовых предметов (kerchief (платок/фуросики), suitcase, tea whisk, electric razor, mosquito net, sewing machine).

Предметы внешнего мира содержат номинации географических названий (Tokyo, Kamakura, Kamikochi, Yokosuka, Hongo, Matsushima Bay, Shinano, Atami, Ikkoku Pass, Kannami, Gifu Prefecture, Yokosuka, Aomori, Hirosaki, Tsugaru District, Totsuka, Hodogaya, Nichiren, Osaka, Shinano (Синано/Синсю), Chiba, Okinawa, Ikegami, Shinjuku Garden, Rendaïji Spa, Izu peninsula, Tsukiji, Kudan Hill, Tsurumi, Sanshiro Lake, Numazu, Mount Fuji, Yokohama, Ofuma), строений (restaurant (ресторан/чайный домик), dance hall, mikoshi («The portable shrine used in Shinto festivals» — Переносной алтарь, который используется во время синтоистских

¹ Маслова, В. А. Лингвокультурология: учебное пособие для студентов высших учебных заведений [Текст] / В. А. Маслова; 2-е изд., стереотип. — М.: Академия, 2004. — 202 с.

² Нечаева, Е. Ф. Соотношение понятий "концепт" и "предельное понятие культуры" / Е. Ф. Нечаева // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. — 2008. — № 4. — С. 40-47.

³ Маслова, В. А. Лингвокультурология: учебное пособие для студентов высших учебных заведений [Текст] / В. А. Маслова; 2-е изд., стереотип. — М.: Академия, 2004. — 202 с.

фестивалей), temple), мест отдыха(hot-spring resort, garden), растений и деревьев(cherry tree, pampass grass, kikyō («Sometimes called bell flowers» — иногда называется колокольчиком), maple, deodars, utsukushimatsu («A pine, to judge from the name. Not identified in botanical dictionaries» — Сосна, если судить по названию. Не упоминается в ботанических словарях), yatsude (пер. фатсия японская), lotus, keyaki («ZELKOVA SERRATA, related to the elms» — Дзельква пильчатая, относится к вязам), dwarf tree, marguerites, «—Orchid and bamboo and plum and chrysanthemum» («The Four Princes »); насекомых и животных (locusts, aodaishō («A large harmless snake» — Большая, безвредная змея), swallowtails).

Явления японской действительности в романе представлены семью подтипами. Это номинации социальных проявлений (geisha, caretaker (служители храма), priests, tobacconist, cabinetmaker); культурных норм поведения (внешний вид-«Hair <...> did in the old way», «There is a difference between accidentally putting a kimono on inside out and <...> bringing the right side over the left», «The hair was in childish bangs» («Челка была сделана на детский манер»/«У Дзидо волосы впереди коротко острижены, как у каппы», отношения в семье-«Since the garden was to the south and east, it might be said that the old people occupied the better place. And the women's places were the convenient ones for serving», «But there are plenty of fine gentlemen in their fifties and sixties who spend their nights wandering around because they're afraid of their wives», «Control yourself, control yourself. Here you are in your thirties», «Apparently meaning Yasuko to succeed to the family name, ...» («It is common for a husband to take his wife's name when her family is without male heirs» — Считается нормой, когда муж берет фамилию своей жены, если в её семье нет наследников мужского пола), «Three-five-seven Day» («November 15. Children those ages are presented at shrines» — Пятнадцатое ноября. Праздник детей, которым три года, пять лет или семь лет); отношение к здоровью и жизни - «...to spit blood at his age gave him the darkest forebodings. Partly because of them he refused to be examined», «...the dagger he committed suicide with («...меч, которым он совершил самоубийство»/«...меч, которым он сделал себе харакири»); привычки - «...he turned to light incense before the coffin»; гастрономическая культура - cup of green tea, noodles (лапша/гречневая лапша), sake, breakfast (завтрак/суп из соевых бобов), gyokuro, bancha («Two varieties of tea. Shingo and Kikuko are drinking the former» — Два сорта чая. Синго и Кикику пьют первый), «We can boil these, shell

and all. So maybe we should roast the lobsters and fry the prawns», «Kikuko brought him watermelon. «You forgot the salt», said Yasuko», «In the kitchen, Kikuko was dicing onions for a fish chowder» («Кикику нарезала лук, чтобы приготовить рыбную похлёбку»/«Кикику в кухне нарезала лук, чтобы приготовить окуня с соевым творогом и овощами»), «Well, the food this New Year has a little of the taste it had before the war» («Еда в этот Новый Год по вкусу немного напоминает довоенную»/«Наступил январь нового года. На нашем столе сушеные анчоусы и омлет с рыбой — их вкус вернул меня к довоенному времени»), «They cook eggs and dumplings in hot spring»); языковой культуры поведения (внутренняя речь - «A marriage was like a dangerous marsh, sucking an endlessly the misdeeds of the partners», «It would seem that optimism put down deep roots in a woman who had been given charge of a household on into old age», «A long marriage was not necessarily governed by its origins»; внешняя речь - «Footsore», she said. I liked that. It had a gentle, old-fashioned ring to it», «If only there were some way to <...> just detach it [head] and hand it over to some university hospital as if you were handing over a bundle of laundry», «How much responsibility must a parent take these days for his children's marriages?», «...when we go before the judge we should tell him that spare parts commit no sins. That's what we are, life's spare parts»; культурных традиций - tea ceremony, «...the pilgrims ring, at ten yen a stroke», «She took her mirror in it [kerchief] when she got married», «...they were exchanging marriage cups» («...обменивались чашечками сакэ»; культурных наследий - Kabuki, No masks, haiku; антропонимов (имена людей и клички животных - Ogata Shingo, Shuichi, Kayo, Yasuko, Kikuko, Tanizaki Eiko (Танидзаки Ейко/Танидзаки Хидэко), Fusako, Satoko, Kuniko, Tatsumi, Aida, Harunobi, Koshiro, Uzaemon, Kikugoro, Aihara, Toriyama, Kinu («Translator's note: The name Kinuko in the original. It has here been shortened, with Mr. Kawabata's permission, to avoid confusion with Kikuko» — Прим. переводчика: В оригинале — Кинуко. С разрешения г-на Кавабата имя было сокращено, чтобы не путать героиню с Кикику), Teru, Suzumoto, Mizuta, Unno, Toyotomi Hideyoshi, Sotatsu, Amamiya, Itakura, Kitamoto, Ikeda, Viscount Takagi, Niwa Fumo, Yosano Akiko, Rikyu, Iwamura Natsuko, Mori Ogai, Watanabe Kazan, Miyamoto); климатических явлений - sound of a mountain, typhoon, cherry blossom, «The two-hundred-tenth after beginning of spring» («Early in September» — Начало сентября).

Необходимо отметить, что переводчик произведения Э. Сейденстикера работал в рамках

«одомашнивающей» переводческой традиции, сформировавшейся в XX веке в США, целью которой является создание так называемого «плавного перевода», который достигается путем варьирования оригинала относительно канонов воспринимающей стороны. При «одомашнивающим» подходе лингвисты отмечают, что культурологические особенности оригинала нивелируются в процессе перевода. Э. Сейденстикер пытался описать несвойственную для американцев картину мира японцев, максимально «одомашнивая» исходный текст¹. Именно этот фактор обуславливает наличие некоторых особенностей англоязычного текста, которые связаны с актуализацией лингвокультуры. В частности, по этой причине в тексте присутствуют большое количество лингвокультуры, которые по своей информационно-культурной составляющей можно отнести к родовым понятиям. Они имеют своё полное денотативное соответствие в двух сравниваемых культурах, мы объединяем их в первую группу: бытовые предметы: *suitcase*, *electric razor*, *mosquito net*; одежда: *apron*, *coat*, *white blouse*, *white ribbon* и др.

Во вторую группу мы относим так называемые «одомашненные» лингвокультуры, которые по своей информационно-культурной составляющей отражают лишь частично и не в полной мере особенности японской культуры. Зачастую такие лингвокультуры не полностью раскрываются для американского читателя: культурные традиции: *tea ceremony*, «...the pilgrims ring, at ten yen a stroke», — для американского читателя, возможно, вызовет затруднение лингвокультура «...the pilgrims ring, at ten yen a stroke», поскольку переводчик не раскрыл культурного кода, заложенного в ней. Для американской культуры характерно отношение «предмет – деньги», т.е. для того, чтобы что-то получить, необходимо за это заплатить. Поэтому в данном случае может создаться ложное представление о данной традиции, когда паломник может загадать желание, ударив в колокол и пожертвовав десять иен; строения: *restaurant* (ресторан/чайный домик) — возможно, применив «одомашнивающий» метод к данной культуре Э. Сейденстикер создал неточный образ для американского читателя, для которого ресторан – место, где можно поесть, но

не место, где проводятся ритуальные чайные церемонии; гастрономическая культура: *noodles* (лапша/гречневая лапша), *breakfast* (завтрак/суп из соевых бобов); и др.

К третьей группе относятся лингвокультуры, которые искаженно передают некоторые аспекты японской культуры («Искаженные» лингвокультуры): географические названия: *Shinano* (Синано/Синсю); гастрономическая культура: *breakfast* (завтрак/суп из соевых бобов), «Well, the food this New Year has a little of the taste it had before the war» («Еда в этот Новый Год по вкусу немного напоминает довоенную»)/«Наступил январь нового года. На нашем столе сушеные анчоусы и омлет с рыбой — их вкус вернул меня к довоенному времени»); именные суффиксы: «*Shingo-o-oh! Shingo-o-oh!*» (авт.) («Синго-сан, Синго-сан»), «*Kikuko*» (авт.), *called Fusako* («Кикуко-са-ан, — позвала Фусако»); названия блюд: «*I've got a New Year's pudding for you. You can help me heat it*» («У меня есть новогодний пудинг для тебя. Ты можешь помочь нагреть его»)/«Давай вместе жарить рисовые лепешки с овощами, приготовим с тобой настоящий праздничный завтрак»); и др.

К четвертой группе относятся лингвокультуры-экзотизмы, которые внесены Э. Сейденстикером в текст произведения путём заимствования из японского языка. В данном случае применение «одомашнивающего» метода при переводе невозможно, так как такие лингвокультуры не имеют аналога в других культурах. Это японские названия, которые указывают на национальную принадлежность текста: одежда: *obi* (пер. пояс), *juban* («A singlet worn under a kimono» — Рубашка, надеваемая под кимоно); функционально-декоративные предметы интерьера: *kotatsu* («A quilt-covered frame over a sunken brazier for warming the extremities» — Жаровня, которая накрыта рамой, затянутой одеялом. Используется для обогрева ног и рук); растения и деревья: *kikyo* («Sometimes called bell flowers» — иногда называется колокольчиком), *utsukushimatsu* («A pine, to judge from the name. Not identified in botanical dictionaries» — Сосна, если судить по названию. Не упоминается в ботанических словарях), *yatsude* (пер. фатсия японская); гастрономическая культура: *gyokuro*, *bancha* («Two varieties of tea. Shingo and Kikuko are drinking the former» — Два сорта чая. Синго и Кикуко пьют первый); культурные наследия: *Kabuki*, *No masks*, *haiku*; географические названия: *Tokyo*, *Kamakura*, *Aomori*, *Osaka*, *Mount Fuji*, *Izu peninsula*; имена собственные: *Ogata Shingo*, *Shuichi*, *Kayo*, *Yasuko*, *Kikuko*; и др.

Наше исследование показало, что лингвокультуры (как реалии, так и онимы) могут

¹ Коротченко, Т.В. Особенности редакционной подготовки изданий переводной литературы в Соединенных Штатах Америки (The Peculiarities of Publishing Strategy Towards Translated Literature in the USA), 2011 [Электронный ресурс] / Научная библиотека КиберЛенинка. — Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-redaktsionnoy-podgotovki-izdaniy-perevodnoy-literatury-v-soedinennyh-shtatah-ameriki#ixzz4ASRrkDR2>

различаться по своему информативно-понятийной наполненности. На этой основе мы выделяем четыре группы лингвокультурем: лингвокультуремы с родовым значением, «одомашненные» лингвокультуремы, «искаженные» лингвокультуремы и лингвокультуремы-экзотизмы. Они представляют собой неомогенную структуру в тематическом плане. В заключение необходимо отметить, что, на наш

жащие важные коды японской культуры. Это, по нашему мнению, исходит как из языковых особенностей, так и из принадлежности автора исходного текста (по разным классификациям) к коллективистской, реактивной, высококонтекстной культуре, а автор англоязычной версии, соответственно, к моноактивной, низкоконтекстной, индивидуалистической культуре¹.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Виноградов, В.С. Лексические вопросы перевода художественной прозы [Текст] / В.С. Виноградов. – М.: Изд-во Московского университета, 1978. – 174 с.
2. Воркачев, С. Г. Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становление антропоцентрической парадигмы в языкознании [Текст] / С. Г. Воркачев // Филологические науки. – 2001. – № 1. – С. 64-72.
3. Коротченко, Т.В. Особенности редакционной подготовки изданий переводной литературы в Соединенных Штатах Америки (The Peculiarities of Publishing Strategy Towards Translated Literature in the USA), 2011 [Электронный ресурс] / Научная библиотека КиберЛенинка. – Режим доступа : <http://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-redaktsionnoy-podgotovki-izdaniy-perevodnoy-literatury-v-soedinennyh-shtatah-ameriki#ixzz4ASRrkDR> 1993. – Т. 52. – № 1. – С. 3-9.
4. Лучинина, Е.Н. Лингвокультурология в системе гуманитарного знания / Е.Н. Лучинина // Тверской государственный университет. Критика и семиотика. – Т., 2004. – № 7. – 2004. – С. 238-243.
5. Маслова, В.А. Лингвокультурология: [учебное пособие для студентов высших учебных заведений] [Текст] / В.А. Маслова; 2-е изд., стереотип. – М.: Академия, 2004. – 202 с.
6. Нечаева, Е.Ф. Соотношение понятий "концепт" и "предельное понятие культуры" / Е.Ф. Нечаева // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. – 2008. – № 4. – С. 40-47.
7. Ольшанский, И.Г. Лингвокультурология: Методологические основания и базовые понятия [Текст] / И.Г. Ольшанский // Язык и культура: сб. обзоров. – М., 1999. – № 2. – С. 10-26.
8. Опарина, Е.О. Лингвокультурология: Методологические основания и базовые понятия / отв. ред. Е.О. Опарина // Язык и культура: сб. обзоров / РАН. ИНИОН. – М.: ИНИОН, 1999. – № 2. – С. 27-48.
9. Пивонова, Н.Е. Кросс-культурные коммуникации: учеб. пособие / Н.Е. Пивонова. – СПб.: ИВЭСЭП, Знание. – 2008. – 66 с.
10. Потебня, А.А. Мысль и язык: учеб. пособие / А.А. Потебня. – М.: Лабиринт, 2007. – 256 с.
11. Стариннова, Т.Б., Круглякова Г.В. Проявление категорий целостности и связанности в публицистических текстах // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. – 2016. - № 1(21). – Том 1. - С. 75-82.
12. Телия, В.Н. Основные постулаты лингвокультурологии / В.Н. Телия // Филология и культура: материалы II междунар. конф. 12–14 мая 1999 г.: в 3 ч. / отв. ред. Н.Н. Болдырев. – Тамбов: Изд-во ТГУ, 1999. – С. 14– 15.

взгляд, Э. Сайденикеру не в полной мере удалось воспроизвести лингвокультуремы, содер-

¹ Пивонова, Н.Е. Кросс-культурные коммуникации: учеб. пособие / Н.Е. Пивонова. – СПб.: ИВЭСЭП, Знание. – 2008. – 66 с.

Потебня, А.А. Мысль и язык: учеб. пособие / А.А. Потебня. – М.: Лабиринт, 2007. – 256 с.

УДК: 81'276.6
ББК: 382-3

Хасанова З.С.

МОДЕЛИ НОМИНАЦИИ, РЕАЛИЗУЕМЫЕ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ТЕРМИНАХ
И ПРОФЕССИОНАЛИЗМАХ СФЕРЫ ИСКУССТВОВЕДЕНИЯ

Khasanova Z.S.

NOMINATION MODELS REALIZED IN THE ENGLISH-LANGUAGE ART HISTORY
TERMINOLOGICAL UNITS AND PROFESSIONALISMS

Ключевые слова: термин, профессионализм, искусствоведение, модель, номинация, терминология, терминосистема, терминологизация, этимологическая шкала, искусство.

Keywords: terminological unit, professionalism, art history, model, nomination, terminology, terminological system, terminologization, etymological scale, art.

Аннотация: в статье исследуются основные модели номинации, которые реализуются в терминологических единицах и профессионализмах сферы искусствоведения в современном английском языке. На конкретных примерах рассматриваются такие процессы, как терминологизация, транстерминологизация, ретерминологизация, детерминологизация, метонимизация, транслитерация.

Abstract: the article analyzes some basic nomination models that are realized in art history terminological units and professionalisms in the modern English language. Such processes, as terminologization, transterminologization, reterminologization, determinologization, metonymization, transliteration, are considered drawing on certain examples.

В процессе изучения терминов как средств вербальной репрезентации специальных понятий нельзя обойти вниманием такое явление, как номинация. Общеизвестно, что номинация — это соотнесение наименования с объектом, «не что иное, как языковое закрепление понятийных признаков, отображающих свойства предметов»¹. Данное значение можно увидеть и при рассмотрении этимологии данного термина: *nominatio* (лат.) — «наименование, дача имени, наименование как процесс соотнесения языковых единиц (прежде всего слов) с обозначаемыми объектами (предметами, признаками, событиями и т.п.)»².

Из концепций различных ученых видно, что номинация рассматривается как явление именования предметов посредством слова или словосочетания. В свете сказанного согласимся с мнением В.Г. Гака о том, что номинация — это «процесс и результат наименования, при котором языковые элементы соотносятся с обозначаемыми объектами»³, либо же, как происходит в случае с терминологией, лексические единицы соотносятся со специальными понятиями.

Лингвисты справедливо обращают внимание на то, что имя в большинстве случаев ограничено лишь одним значением, а предмет часто имеет несколько наименований. Здесь становится неясным, как абсолютно разные имена могут иметь одно значение⁴. Четкое, на наш взгляд, объяснение этому предложил Г. Фреге, указав, что «в семантической структуре наименования нужно различать значение как отношение к обозначаемому предмету, и смысл — информацию, которая заключена в имени, а наименование информативно, так как оно отражает один из признаков обозначаемого предмета и сообщает о нем»⁶.

Рассмотрим далее корреляцию структурных и номинативных моделей в корпусе терминов сферы изобразительного искусства. Согласно мнению С.В. Гринев-Гриневича, с точки зрения формы термины можно разделить на термины-слова и термины-словосочетания⁷.

⁴ см. Алимуратов О.А. Значение, смысл, концепт и интенциональность: система корреляций // Язык. Текст. Дискурс. - 2005. - № 3. - С. 43-56.

⁵ Алимуратов О.А. Функциональная природа лексического значения // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. - 2004. - № 4. - С. 77-82.

⁶ Фреге Г. Смысл и денотат // Семиотика и информатика. - Вып. 8. - М., 1977. - С. 181-210.

⁷ Гринев-Гриневич С.В. Терминоведение: учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений. - М.: Издат. Центр «Академия», 2008. - 304 с.

¹ Колшанский Г.В. Некоторые вопросы семантики языка в гносеологическом аспекте // Принципы и методы семантических исследований. - М., 1976. - С. 19.

² АБВУУ Lingvo X3 ME.

³ Гак В.Г. К типологии лингвистической номинации // Языковая номинация (Общие вопросы). - М., 1977. - С. 230-293.

Здесь нам представляется уместным подчеркнуть и справедливое высказывание М.Н. Лату о том, что «согласно особенностям терминологической номинации с учетом грамматических характеристик, части речи могут быть классифицированы по признаку продуктивности формирования новых терминов и терминологических элементов»¹. Таким образом, автор справедливо выделяет такие терминообразующие части речи, как свободные, полусвободные и зависимые, причем свободными частями речи являются глагол и имя существительное, так как они могут функционировать самостоятельно как термины, а также преобразовываться в терминологические элементы в комбинации с другими частями речи^{2,3,4,5,6}.

Для того, чтобы изучить то, какие номинативные процессы присущи терминологии и изобразительного искусства, мы использовали выборку из 2200 терминологических единиц, анализ которой показывает, что в рассматриваемой терминологии имеют место однословные термины, двухсловные, а также термины-словосочетания, где при добавлении зависимых частей речи к главным (к базовому термину) наблюдается образование терминов с новым значением, причем термины-словосочетания преобладают над остальными видами терминологических единиц.

В рассматриваемой нами терминологии изобразительного искусства наиболее часто встречающийся терминологический элемент “art” имеет значение «искусство» в абстрактном смысле, т.е. номинирует любую совокупность произве-

дений искусства, создаваемую человеком, тогда как при добавлении прилагательного данная лексическая единица приобретает более конкретное значение, отражающее направление искусства. В атрибутивном употреблении в сочетании с именем существительным данная лексическая единица описывает место обучения художественному мастерству: *abstract art* – абстракционизм; *antique art* – античное искусство; *applied art* – прикладное искусство; *impressionism art* – импрессионизм; *modern art* – современное искусство; *plastic art* – пластическое искусство; *primitive art* – примитивизм (архитектурный стиль конца 19 - начала 20 вв.); *art school* – художественное училище; *classical art* – классическое искусство; *decorative art* – декоративное искусство; *folk art* – народное искусство; *graphic art* – графическое искусство, графика; *impressionism art* – импрессионизм; *modern art* – современное искусство; *plastic art* – пластическое искусство. Таким образом, термин “art” является продуктивным опорным элементом для образования новых терминов.

Для того, чтобы проследить семантическую динамику того или иного термина и получить представление о его первичной мотивации, необходимо изучить этимологию термина. В этой связи согласимся с мнением А.Ш. Давлетукаевой о том, что «прежде чем войти в современный терминологический словарь, слово проходит длительное развитие в языке и в текстах на этом языке: основные его значения как бы кристаллизуются, выявляются через переводы»⁷. Этимологический анализ наиболее нагляден в этимологических шкалах, которые позволяют наблюдать процесс проникновения прототерминов из обиходного языка в подязыки науки, а это, в свою очередь, показывает, насколько сохранилось или изменилось начальное значение слова по сравнению с современным значением. Как упоминалось ранее, мы классифицировали термины изобразительного искусства на 9 тематических групп – *school* (направление в искусстве); *genre* (жанры); *artist's stylus, his actions* (инструменты, материал художника, его действия); *people in fine art and their preference* (люди в ИЗО искусстве, их предпочтения); *skills/techniques of an artist and his style* (навыки/техника художника, его стиль); *colours and tone* (краски/цвет, тон); *exhibitions* (выставки);

¹ Лату М.Н. Номинация в развивающихся терминосистемах: Монография. - Пятигорск: СНЕГ, 2015. - С. 50.

² Там же.

³ Алимуратов О.А., Лату М.Н. Особенности терминологической номинации: когнитивно-семантический подход (на материале китайской и английской терминологии боевых искусств) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. - 2008. - № 1-2. - С. 6-13.

⁴ Лату М.Н., Хачересова Л.М. Типология англоязычных терминов по моделям номинации в соответствии с классификацией элементов научного знания // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. - 2012. - № 2. - С. 72-78.

⁵ Раздубов А.В. Эпонимическая номинация в англоязычной и русскоязычной терминологии сферы нанотехнологий // Когнитивные исследования языка. - 2015. - № 23. - С. 666-671.

⁶ Раздубов А.В., Хакиева З.У. Основные индивидуальные (вариативные) характеристики англоязычных систем строительной и нанотехнологической терминологии // Теоретические и прикладные аспекты изучения речевой деятельности. - 2012. - № 7. - С. 191-206.

⁷ Давлетукаева А.Ш. Диахронический аспект развития экономической терминологии (английский язык): дис. канд. филол. наук: 10.02.21; 10.02. 20. - М., 2002. - С. 85, 102.

⁸ Раздубов А.В. История возникновения и развития терминологии нанотехнологий // European Social Science Journal. - 2011. - № 8 (11). - С. 60-69.

buildings (строения); *pictures and their interpretation* (картины и их описание).

Так, например, рассмотрим уже упомянутый выше термин “*art*” – искусство. В связи с тем, что данный термин репрезентирует общее понятие искусства в целом, то нам представляется невозможным отнести его к какому-либо микрополю, т. к. это возможно лишь в том случае, когда он функционирует вместе с прилагательным, сужающим объем исходного понятия. Таким образом, мы можем отнести термин “*art*” в виде терминологического словосочетания (*abstract art, antique art, applied art, impressionism art* и т.д.) к микрополю “*school*” (направление в искусстве). В X веке наблюдается функционирование данной лексемы в «старых» языках. Например, в старофранцузском языке данная лексическая единица произошла от латинского “*ars*”, со значениями: “*work of art*” (произведение искусства); “*practical skill*” (практический навык); “*a business*” (дело, занятие; профессия); “*craft*” (ремесло, профессия). В индоевропейском языке наблюдалась такая лексема, как “*arti*”, где *ar-* имеет значение “*fit, join*” (подходить, соединять), а *-ti* происходит из языка санскрит от слова “*rtih*” – “*manner, mode*” (манера), то есть речь шла о манере соединять в одно целое за счет определенного опыта, эмоций или переживаний. Затем данная лексема преобразовалась в “*art*” в немецком языке, где корень *ar* также имеет значение “соединять”¹. С 1175 г. лексема “*art*” появилась в среднеанглийском языке и употреблялась со значением “*skill, craft, craftsmanship*” (искусство, мастерство) вплоть до 1225 г.; в начале 13 века наблюдается следующее значение “*skill as a result of learning or practice*” (искусство как результат приобретения знаний или результат практики), “*skill in scholarship and learning*” (искусство в образовании и обучении). Значение “*human workmanship*” (умение, ремесленничество), датировано 14 веком. Такой смысл, как “*cunning and trickery*” (хитрость, мошенничество) впервые засвидетельствован у данной ЛЕ в 1600 г. Употребление лексемы “*art*” со значением “*skill in creative arts*” (способность к творческому искусству) встречается в словарях в 1610 г.; “*skill in creative arts especially of painting, sculpture, etc.*” (способность к творческому искусству в особенности в живописи, рисовании, скульптуре и т.д.) появляется в 1660².

“*Fine arts, those which appeal to the mind and the imagination*” (изобразительное искусство, в широком смысле слова) встречается в сло-

варях с 1767 г. Фраза «*art for art's sake*» (искусство ради искусства) приходит в английский язык в переводе с французского «*l'art pour l'art*» в 1824 г. Впервые лексема “*art*” начала употребляться в словосочетаниях, когда появилось первое упоминание о критиках – “*art critic*” (*a person who is specialized in analyzing, interpreting and evaluating art*)³ – человек, специализирующийся в анализе, интерпретации и оценке искусства; такое употребление датируется 1847 г. Лексическое сочетание “*arts and crafts*” со значением “*decorative design and handcraft*” (декоративный дизайн и ручная работа) начало употребляться в сфере выставок искусства и ремесла “*the Arts and Crafts Exhibition Society*”, которые впервые начали проходить в Лондоне в 1888 г.⁴. Из проведенного анализа видно, что долгий процесс семантического развития термина “*art*” приводил к изменениям как на уровне сочетаемости, так и в значениях. Все перечисленные значения, на наш взгляд, имеют одну общую суть – *практический навык*, так как для создания произведения искусства, для любого занятия, профессии необходим практический навык, умение, возникающее ввиду определенного опыта. Первичное значение лексемы “*art*” в течение времени, в процессе развития человеческой деятельности, меняется или обогащается новыми значениями. Появившись в английском языке, данная лексема хоть и не обозначала искусство в современном его понимании, а лишь вербализовывала умение, навык человека в какой-либо сфере деятельности, тем не менее, значение данной ЛЕ схоже с современным. Таким образом, можно сказать, что до становления научного знания данная лексема являлась прототермином, а с развитием науки преобразовалась в термин. В начале 13 века термин “*art*” появляется в образовательной сфере и сохраняется в современности (*Bachelor of Arts*), что говорит о его **транстерминологизации**. Также из анализа видно, что в начале 17 века данный термин **детерминологизируется**, т.е. функционирует в общеупотребительной сфере, обозначая хитрость, уловку, но затем снова появляется в специализированной области со значениями, более широко раскрывающими смысл искусства, т.е. происходит **ретерминологизация**⁵. Более наглядно можно увидеть периодизацию становления термина “*art*” на рисунке 1.

³ https://en.wikipedia.org/wiki/Art_critic.

⁴ <http://www.dictionary.com/browse/art>.

⁵ см. Алимуратов, О.А., Лату, М.Н. Динамические процессы в терминологических системах (на материале современных англоязычных терминосистем) // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. - 2012. - № 14. - С. 250-259.

¹ <http://www.merriam-webster.com/dictionary/art>.

² <http://www.dictionary.com/browse/art>.

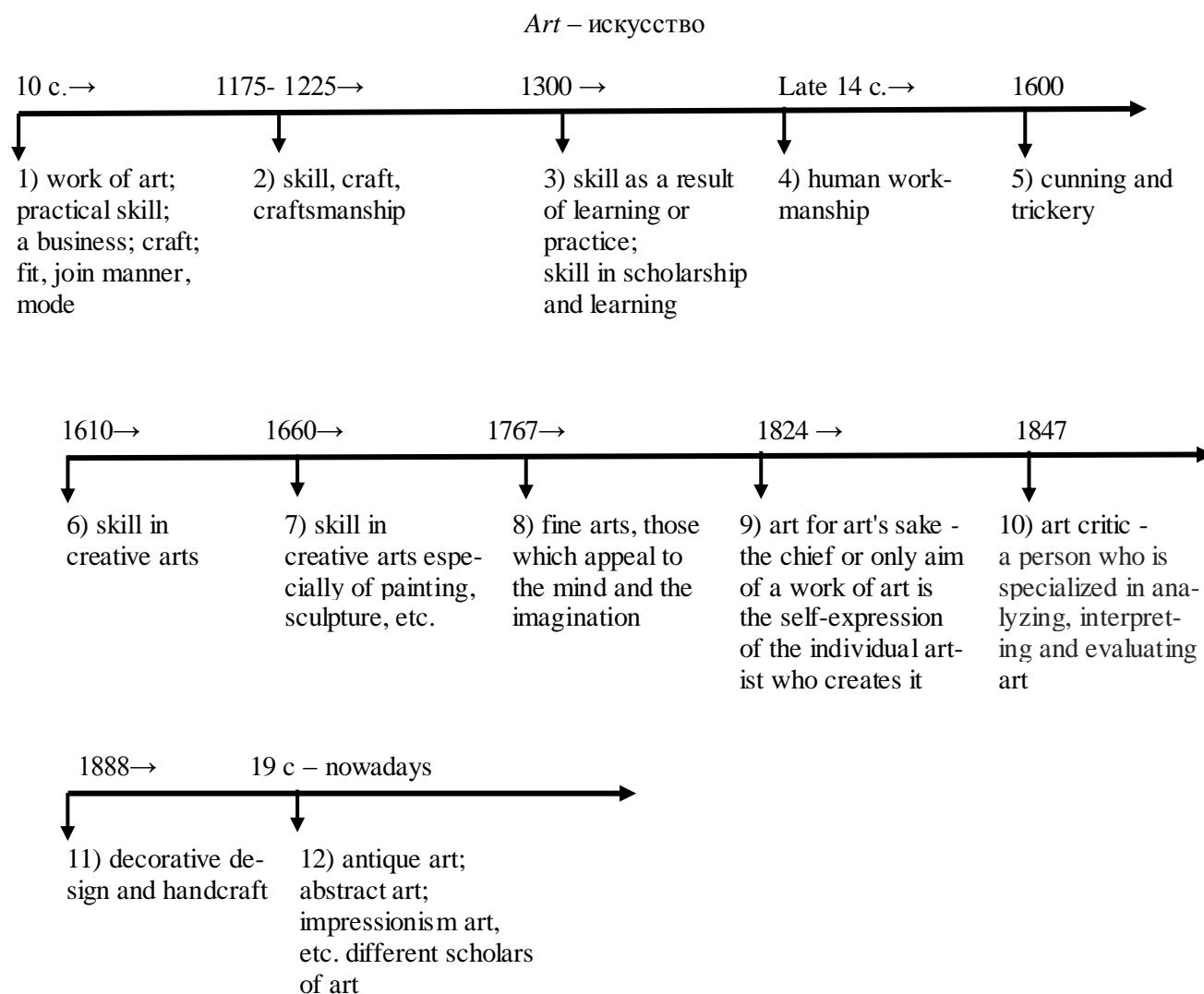


Рисунок 1 – Периодизация термина «art»

Процесс образования новых терминов в англоязычной искусствоведческой сфере происходит также путем употребления одной и той же лексемы в функции различных частей речи. Так, например, термин “*glaze*”, который относится к микрополю *skills/techniques of an artist and his style* в функции существительного и в функции глагола к микрополю *artist's stylus, his actions*, в значении «лессировка», «лессировать», что в живописи означает “*a thin topcoat of transparent paint used to modify the tone of an underlying colour*” (тонкие прозрачные или полупрозрачные слои красок, которые наносятся на просохшие или просыхающие краски картины, чтобы изменить, усилить или ослабить цветовые тона, обогатить колорит, добиться его единства и гармонии. Лессировкой обычно заканчивалось исполнение картины живописцами 16 - 19 вв.)¹. Рассмотрим происхождение данной лексемы,

которая восходит к староанглийскому языку. Еще до 900 г. лексема “*glaze*” встречается в староанглийском языке в функции существительного “*glæs*” и является родственной голландскому и немецкому “*glas*”, которая означала “*glass*” – стекло, зеркало, “*a glass vessel*” – стеклянный сосуд, от западногерманского “*glasam*”, от индоевропейского слова “*ghel*” со значением “*to shine, glitter*” – сверкать. Здесь уместно сравнение с латинским “*glaber*”, что означает “*smooth, bald*” – гладкий, ровный, церковнославянским языком “*gladuku*”, литовским – “*glodus*”, “*smooth*” – гладкий. Производные данной ЛЕ относятся к нескольким цветам – это *gray, blue, green, yellow*². Также можно провести сравнение с другими языками. Так, например, в старосаксонском языке данная лексема выглядела как “*glas*”, в средненидерландском, нидерландском и германском языках форма слова совпала со старосаксонским – “*glas*”, в старо-

¹ Abbyy Lingvo X3 ME; <http://lingvolive.ru/translate/en-ru/glaze>.

² <http://dictionary.reference.com/browse/glass>.

скандинавском – “*glær*”, на датском – “*glær*”, и во всех перечисленных языках данная ЛЕ имела одинаковое значение “*glass, looking glass*” – стекло, зеркало. В староанглийском же лексема “*glær*” произошла от староскандинавского “*glær*” и означала “*amber*” – янтарь, желтый цвет, в латинском “*glæsum*”, что также означало “*amber*” – янтарь. В староирландском употреблялась лексема “*glass*”, которая имела значение трех цветов – “*green, blue, gray*” – зеленый, голубой, серый. В валлийском языке лексема “*glas*” употреблялась в значении “*blue*” голубой/синий, вследствие чего уже в позднесреднеанглийском обретает форму “*glase*”, а в среднеанглийском – “*glas*”. Вышеперечисленные цвета издавна использовались для изображения стеклянной/зеркальной поверхностей воды, зеркал или льда, так как при жидком их нанесении они обретают некоторую прозрачность и лоснящуюся поверхность, как у стекла. Таким образом, можно сделать вывод, что это и явилось причиной перенесения данной лексемы в изобразительное искусство. Показательно, что стеклянные зеркала (с оловянной или свинцовой подкладкой) появились еще в 1 в. н. э.; в начале средних веков они исчезли и снова появились только в 13 в. с развитием стеклоделия¹. Закономерно, что дефиниция “*drinking glass*” – стакан для питья зафиксирована в начале 13 в. Далее, в 14 в., появляется значение “*a glass mirror*” – стеклянное зеркало. Уже в середине 14 в. развивается гончарная промышленность, а гончарные поверхности начали покрывать глазированной жидкостью, напоминающей стекло, в связи с чем в среднеанглийском языке появляется глагол “*glasen*” со значениями “*to fit with glass*” – застеклить; “*to make shine*” – сделать сверкающим; “*to cover with a shiny or glossy substance*” – покрывать глянцевой поверхностью². В 1550 г. появляются песочные часы, и лексема “*glas*” обретает еще одно значение – “*glass filled with running sand to measure time*”³. В 1570 г. появляется значение “*to cover with glass*” – покрывать стеклом, возможно, данное значение появилось от профессии *glazier* – стекольщик.

С широким распространением художественного ремесла в 16 веке художниками развивается техника лессировки поверхности картин маслом для создания более гладкой

поверхности, которая добавляет картине яркости и придает нижнему слою красок более сложный, глубокий и насыщенный цвет. В этот период и появляется ранее упомянутое значение лексемы “*glas*”.

Современная форма глагола “*glaze*” впервые встречается в английском языке в 1752 г. В это время активно развивалась пищевая промышленность, в культ вошло использование льда в кулинарии, и данная лексема обрела значение “*to ice*” – глазировать; замораживать. Вместе с глаголом в этот же период появляется и существительное “*glaze*” – “*a thin coating of ice*” – толстый слой глазури/льда⁴. В 1784 г. лексема “*glaze*” зафиксирована в значении “*substance used to make a glossy coating*”; “*to make a glossy coating*” – жидкость для создания глянцевой поверхности; создавать глянцевую поверхность⁵. Таким образом, исследуемая лексема из обыденного знания сначала **терминологизируется** в гончарном ремесле со значением «глазировать поверхность, придавать лоск» / «жидкость для глазурировки», а затем **транстерминологизируется** в изобразительное искусство – «лессировка/лессировать», а далее и в кулинарию – «глазурь/наносить глазурь, замораживать».

С давних времен человечество развивалось, пытаясь открыть и распространить все новые ранее неизвестные ремесла, благодаря чему глагол и существительное “*glaze*” используются в различных сферах деятельности человечества, следовательно, мы наблюдаем процесс **транстерминологизации** и современного термина “*glaze*” в следующие сферы человеческой деятельности⁶:

Кроме того, данный термин выступает и как отглагольное существительное с суффиксом – *ing* (*glazing*) со значениями «глазурь, полирование, лакировка, застекление, лессировка, лощение, глянцевание» и т.д.⁷. Периодизация перехода лексемы “*glaze*» в функции существительного и глагола в различные области специализированной человеческой деятельности представлена на рисунке 2.

¹ Abbyy Lingvo X3 ME, <http://lingvolive.ru/translate/en-ru/glaze>.

² <http://dictionary.reference.com/browse/glass>.

³ <http://www.etymonline.com/index.php?term=glass>.

⁴ <http://www.merriam-webster.com/dictionary/glaze>.

⁵ <http://lingvolive.ru/translate/en-ru/glaze>.

⁶ <http://www.merriam-webster.com/dictionary/glaze>

⁷ Abbyy Lingvo X3 ME.

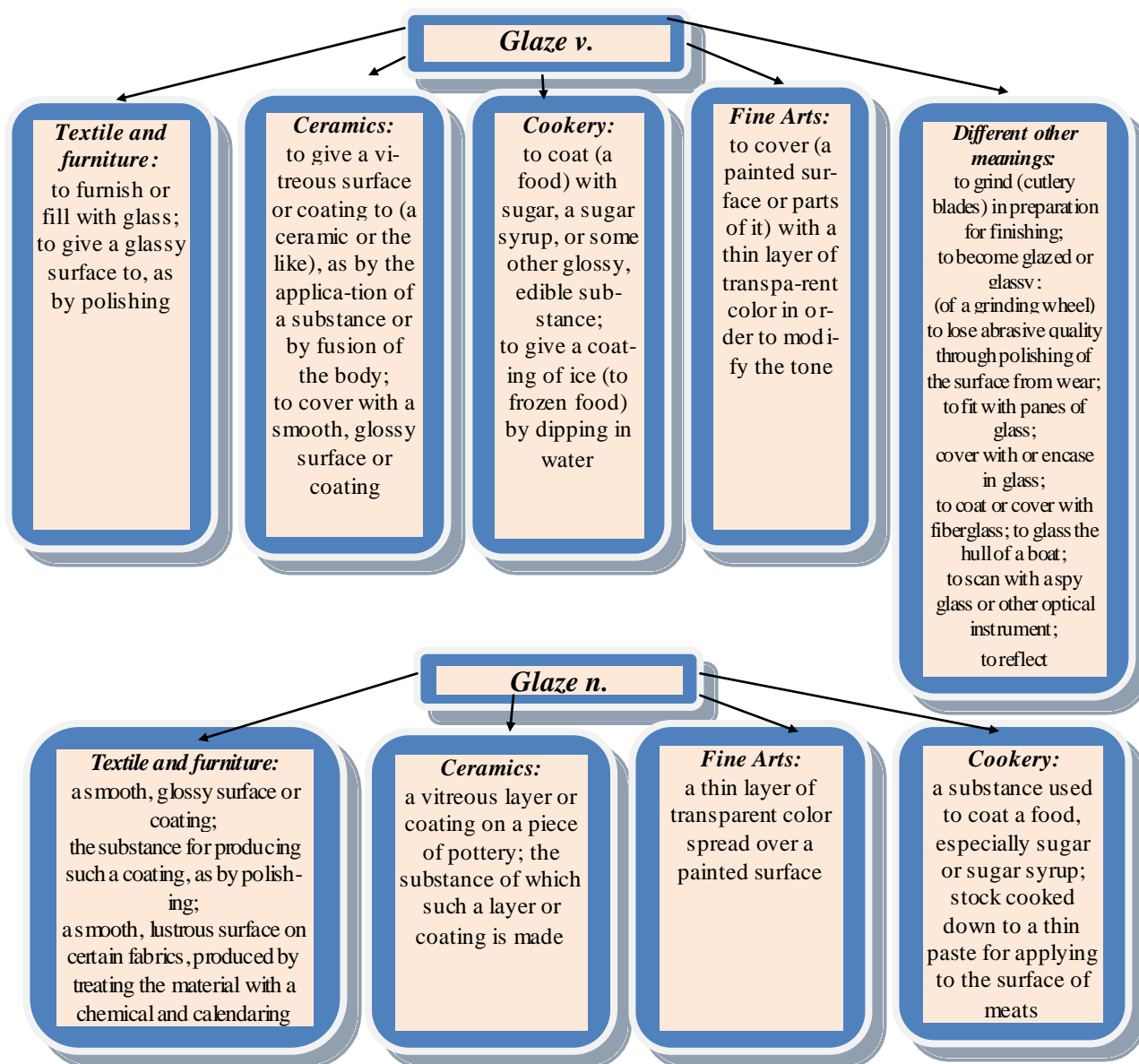


Рисунок 2 – Периодизация перехода лексемы «Glaze» в различные области специализированной человеческой деятельности

Далее рассмотрим термин “*aquamarine*” – аквамарин, номинация зеленовато-голубого цвета, которая относится к микрополю *colours and tone*. В 1350-1400 гг. в среднеанглийском языке зафиксирована лексема “*aqua*” со значением “*water*” – вода, из латинского языка. В конце 14 века лексема “*aqua-*” употреблялась в позднесреднеанглийском со значением “*water*” – вода, в составных существительных, для обозначения отвара или раствора, например, “*aqua regia*” – “*a mix of concentrated acids*” – смесь концентрированных кислот, литературно названную “*royal water*” – царская водка. Такое название было дано из-за свойства данной смеси растворять золото и другие ценные металлы. Также составная лексема “*aqua-*” является родственной прогерманскому “*akhwo*”, первоисточнику староанглийского “*ea*” – “*river*” – река, воды, “*ieg*” – “*island*” – остров, древнескандинавского

“*Ægir*” – имя морского бога, а все вышеперечисленные лексемы восходят к индоевропейскому “*akwa*” – “*water*”, вода¹. Впервые для обозначения светло-зеленовато-голубого цвета «*light greenish blue colour*» лексема “*aqua*” начала употребляться в 1936 г. как аббревиатура от «*aquamarine*». Такое значение данная лексема получила за счет сходства цвета воды с названным цветом.

Употребление лексемы “*marine*” датировано 1325-1375 гг. Она произошла от латинского “*marīnus*” в значении «морской, морская», от “*mare*” – «море» и *-ine*, суффикса прилагательных с греческим или латинским происхождением, обозначающего «связанный с..», «происходящий от..», «сделанный из..», «подобный». В среднефранцузском языке данная лексема имела форму “*marin*”

¹ <http://www.dictionary.com/browse/aqua>

(в женском роде “*marine*”), а в среднеанглийском “*maryne*”. Таким образом, в 14 в. слово “*marine*” обретает значение “*seacoast*” – «побережье моря». Значение “*collective shipping of a country*” – «флот

страны» фиксируется в 1660 г., а в 1670 г. появляется значение “*soldier who serves on a ship*” – «солдат служащий на корабле».

Glaze (n.) – лессировка

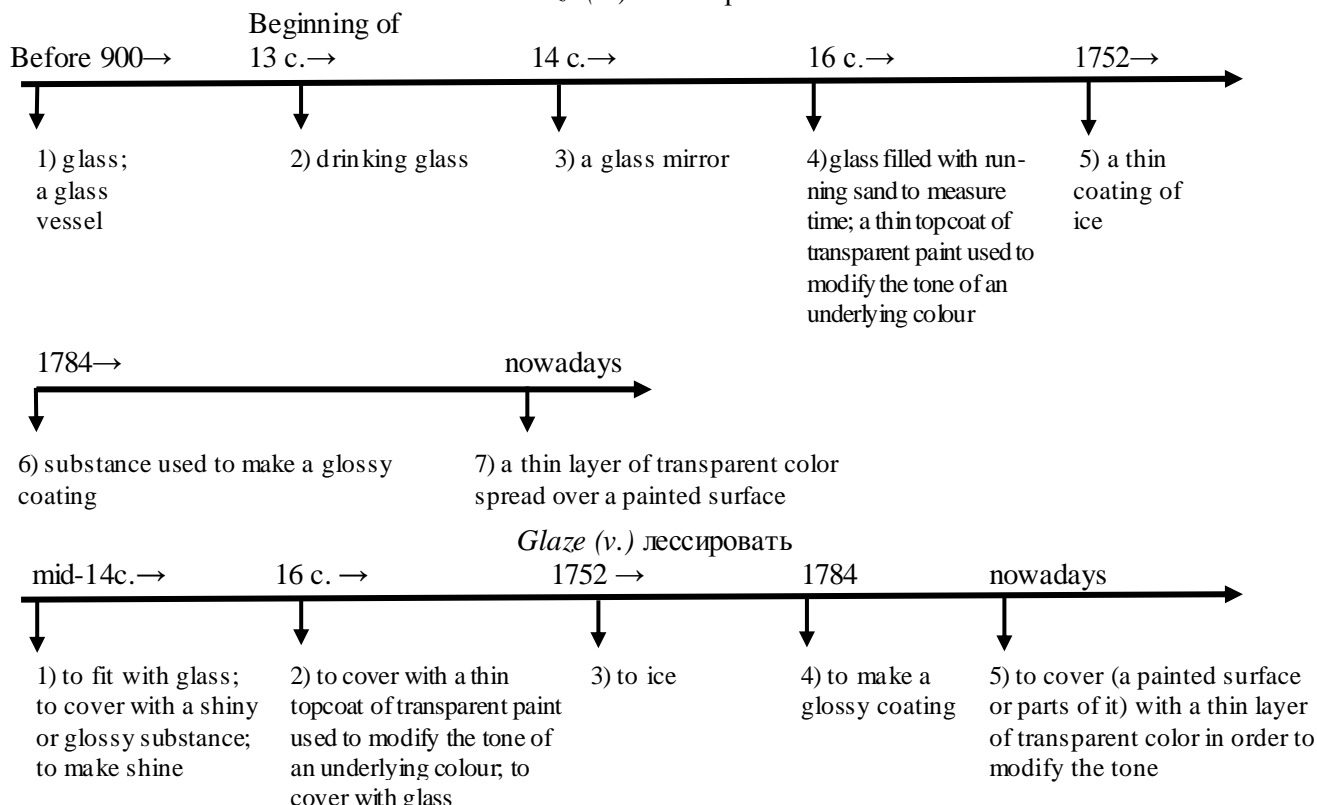


Рисунок 3 – Периодизация перехода лексемы «glaze» в различные области специализированной человеческой деятельности

Впервые лексема “*aquamarine*” зафиксирована как одно слово, восходящее к французскому или провансальскому языкам со значением “*agmarine*” – “*bluish-green type of beryl*” – «берилл голубовато-зеленого цвета». Последняя номинация появилась из латинского языка, в 1590-1600 гг. от “*aqua marina*” – морская вода, т.е. «*aqua*» – вода + «*marina*» (жен. род от «*marinus*») – морская (номинативный признак базировался на цвете драгоценного камня). Предположительно, впервые цвет этого камня был употреблен в качестве цвета светлой голубовато-зеленой художественной краски – “*light blue-green or greenish blue colour*” английским писателем, художником, теоретиком искусства Джоном Рёскиным в 1846 году на основе ассоциации с морской водой¹. Из проведенного анализа видно, что ныне известный в изобразительном искусстве термин “*aquamarine*” ранее термином не являлся, так как номинативная единица не функционировала как одна лексема, а выступала как два отдельных слова “*aqua*” и “*marine*”, которые изначально принадлежали общеупотребительной лексике и не обозначали специальных понятий. Но с течением времени

лексема “*aqua*” начинает обретать новые значения, функционируя в составе других слов, за счет чего **терминологизируется**, претерпевая специализацию значения. На ассоциации с цветом морской воды обе лексемы были объединены для обозначения драгоценного камня – берилла, соответственно, здесь наблюдается **метонимизация**², а в середине 19 века данная лексема преобразовалась в термин изобразительного искусства, что говорит о его **терминологизации**.

В настоящее время термин «*aquamarine*» имеет следующие значения:

1) a transparent, light-blue or greenish-blue variety of beryl, used as a gem;

2) light blue-green or greenish blue colour³.

Для того чтобы периодизация становления термина «*aquamarine*» была более наглядна, мы используем три шкалы (рисунок 3).

¹ https://ru.wikipedia.org/wiki/Рёскин,_Джон

² см. также: Алимуратов О.А., Ковалевич Е.П., Реунова О.И. Опыт метонимического моделирования фрагментов англоязычной картины мира (на примере концепта FLOWER) // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. - 2010. - № 1. - С. 64-72.

³ Abbyy Lingvo X3 ME.

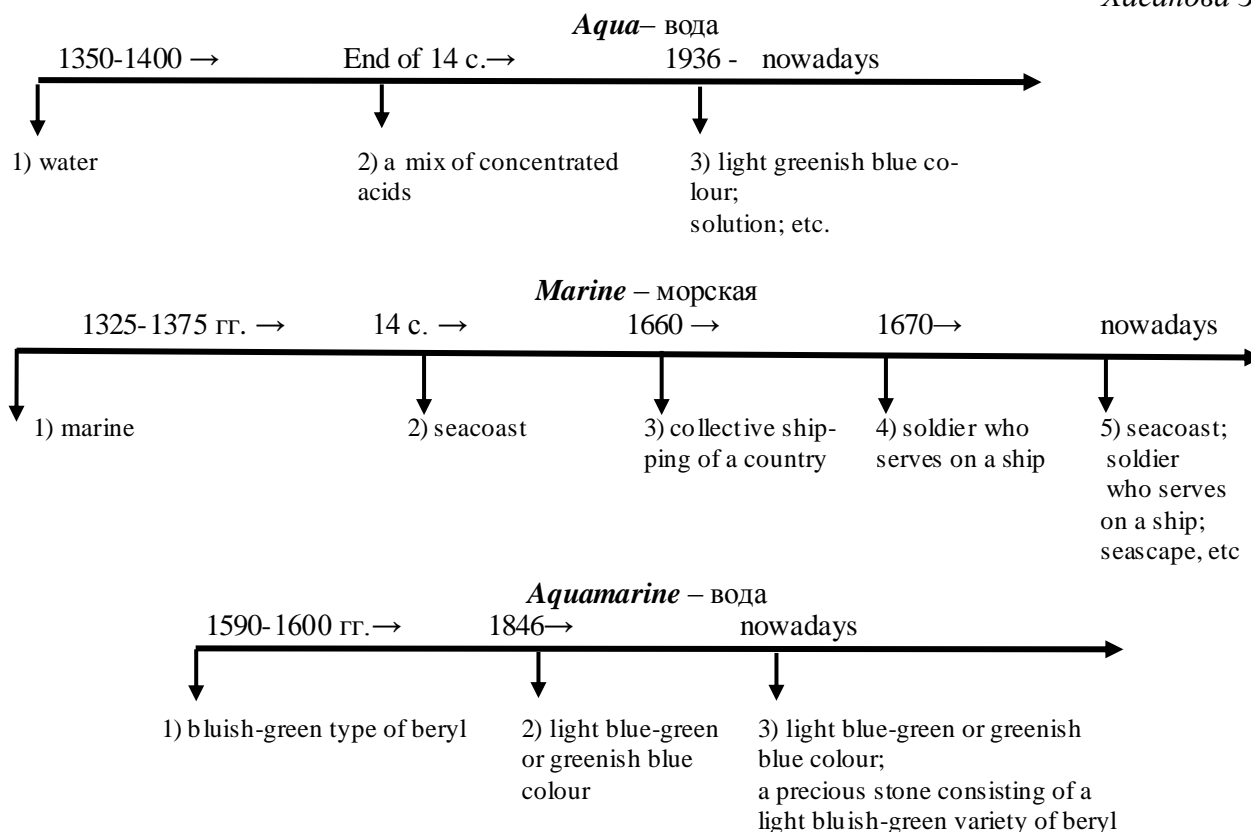


Рисунок 3 – Периодизация становления термина «aquamarine»

Изучение этимологии терминов изобразительного искусства показало, как в течение времени термины могут менять первичное значение или приобретать новое путем *терминологизации, транsterминологизации и ретерминологизации*, в зависимости от сферы их употребления. Анализ нашей выборки показывает, что *транsterминологизация* наиболее частотна, чем другие процессы, лежащие в основе терминологической номинации.

В ходе этимологического анализа также выявлено, что англоязычным терминам изобразительного искусства присуще взаимодействие языка и культуры, причем данное взаимодействие осуществляется не только с национальными особенностями носителей данного языка, но и с другими культурами. Данный анализ показывает, что, как и по мнению М.Н. Лату, «связь с элементами определенной культуры может реализовываться во внутренней форме термина посредством нескольких способов и в соответствии с особенностью взаимодействия этих формантов знания обладать разной степенью выраженности»¹.

Однако в рассмотренных нами терминах изобразительного искусства, не прослеживаются лексемы, представляющие собой прямую

связь с какой-либо культурой, то есть номинация, относящаяся к определенной культуре, не является ярко выраженным вербализатором именуемого понятия, данная связь наблюдается лишь косвенно. Так, например, термин “*Gamboge*” – гуммигут, млечный сок некоторых тропических растений, применяемый для изготовления спиртовых лаков и желтой акварельной краски, получаемый при подсочке коры некоторых видов деревьев из рода *Garcinia* (семейства зверобойных), растущих на Цейлоне, в Южной и Юго-Восточной Азии. Гуммигут относится к гумми-смолам, состоит из смолы (70-80%) и камеди (20-27%). С водой образует эмульсию желтого цвета. Название сока происходит от исторического названия местности – Королевство Камбоджа, которое возникло в 612 году нашей эры, объединив различные народы и племена Индокитая. Культура Камбоджи находилась под сильнейшим влиянием Индии. По преданию, название Камбоджа происходит от имени мифического аскета по имени Камбу Сваямбхува, прибывшего из Индии и женившегося на дочери царя Нагов – солнечной деве Мера. Согласно исследованиям археолога и историка Джорджа Седэса, отсюда происходит название народа кхмеров, (*Kambu + Mera = Khmer*). Само имя *Kambu* – искажено, которое

¹ Лату, М.Н. Номинация в развивающихся терминосистемах: Монография. - Пятигорск: СНЕГ, 2015. - С. 126.

на языке Санскрит было *Kamboja*¹. Таким образом, название млечного сока, благодаря которому образуется желтая художественная краска никак не связано с мифической историей, откуда произошло название местности, но также здесь наблюдается процесс **метонимизации** – перенесение именованной местности на добываемый там сок.

Некоторые термины изобразительного искусства не несут в себе какой-либо научной семантики, а лишь косвенно связаны с какой-либо национальной культурой, мотивирующий признак которых слабо выражен или не прослеживается вообще, являясь условным обозначением местности. К таким терминам можно отнести названия красок, так, например, египетская синяя краска *“Egyptian blue”*. Это одна из самых древних красок, созданных с использованием пигмента, которая имела определенное назначение, и обнаружили ее в гробницах египетских королевских семей. Самое раннее применение этой краски – изображения на стенах гробницы последнего царя Египта Первой династии. Касен умер около 5000 лет назад, а краска на стенах его гробницы практически такая же, как и сегодня. Пигмент обнаружили в гробницах по всему Египту и Греции в изображениях одежды богов и богинь. Его использовали на стенах Помпеи, и он сохранился под множеством слоев вулканического пепла. Первоначально пигмент создавали из меди, песка и извести; смесь нагревали до тех пор, пока она не приобретала яркий синий цвет. Исследователи и сейчас изучают этот пигмент. У него также есть невероятно удивительные свойства, а значит, использование египетского синего еще долго будет радовать глаз своей яркостью. Пигмент имеет потенциал использования в современной медицинской технике по обработке изображений, в электронных устройствах для удаленного управления (пульты дистанционного управления для телевизоров) и прочих технологиях телекоммуникаций. Было обнаружено, что его можно свернуть в очень тонкие наноленты, настолько тонкие, что понадобится 80 000 листов для достижения толщины человеческого волоса². Отсюда видно, что мотивирующий признак «египетская» служит наименованием местности, откуда данная краска получила распространение среди художников всех стран. Таким же образом образованы и такие термины, как *“Indian ochre”* – красная (индийская) охра; *“Indian red”*

– киноварь (красный цвет краски); *“Italian pink”* – итальянский розовый цвет; *“Prussian blue”* – берлинская лазурь; *“English-red”* – английская красная, которые вероятно впервые начали использоваться художниками тех местностей, которые указаны в названиях.

Еще один способ отражения культурной особенности в англоязычных терминах изобразительного искусства – **транслитерация**, которая происходит путем заимствований из другого языка. Так, например, термин *«kolinsky»*, который означает «колонковая кисть». Данное название произошло от хищного зверька семейства куньих. Это ценный пушной зверёк, из волос хвоста которого делают кисти, используемые в живописи (колонковые кисти)³. История происхождения названия зверька колонок восходит к 19 веку. Данный зверек, альтернативное название которого *Mustela sibirica* (ласка сибирская), был вывезен из Сибири в Японию через северно-западный порт России под названием «Коля». К данному имени добавили псевдорусское окончание, которое ассоциируется у иностранцев с русскими – «инский». После этого данное название сохранилось и распространилось в местах обитания данных зверьков и даже распространилось на изделия, получаемые с использованием меха колонка, как в нашем случае с колонковой кистью⁴.

Наряду с изучением корреляции языка и культуры терминов изобразительного искусства нам представляется немаловажным рассмотреть номинативные процессы в сфере номинации профессионализмов, так как профессионализмы изобразительного искусства слабо изучены и очень редко встречаются в отечественных словарях. Подробное изучение процесса номинации в данной лексической сфере поможет более тщательно раскрыть, в каких ситуациях они применимы, и расширит возможность понимания профессиональной коммуникации.

Следовательно, рассмотрим профессионализм *«madonnaro»*. В сфере искусства данный профессионализм имеет следующие значения: 1) живописец / иконописец / скульптор, изображающий Мадонну; 2) уличный художник, живущий подаванием (рисующий на тротуаре священные, библейские сюжеты)⁵. Данная лексема образована в 1580 г. от итальянского *“Madonna”*, в староитальянском языке она состояла из двух отдельных слов *“ma donna”* (*mia*

¹ https://en.wikipedia.org/wiki/Kambu_Swayambhuva; <http://allanrannu.com/ru/m2/stories/bantay1/photo5>.

² http://muz4in.net/news/udivitelnye_fakty_o_samykh_jarkikh_kraskakh_v_istorii/2015-04-24-38262.

³ Гептнер В.Г., Наумов Н.П. Млекопитающие Советского Союза, т. 2, ч. 1, - М., 1967. [Электронный ресурс]. - URL: http://enc-dic.com/enc_sovet/Kolnok-26560.html.

⁴ Abbyy Lingvo X3 ME.

⁵ Abbyy Lingvo X3 ME.

donna), что означает “*my lady*”, “*ma*” – “*my*” + “*donna*” – “*lady*”. Во время праздников художники создавали на улицах рисунки на религиозные мотивы, в основном рисуя Мадонну с маленьким Иисусом на руках. В Италии их до сих пор называют мадоннари. В 1640 г. в английском языке появляется значение “*picture or statue of the Virgin Mary*”. Это связано с эпохой Возрождения, с периодом, когда тема богородицы с младенцем занимала большое место в искусстве. В то же время создаются великие полотна С. Боттичелли, Леонардо да Винчи, Рафаэля и других, посвященные образу Мадонны (Мадонны). Итальянское искусство эпохи Возрождения приняло большой размах в создании ранее не использовавшихся форм и цвета как в декоративном искусстве, так и в скульптуре, картинах. В связи с этим дух данной эпохи распространился по всему миру¹. Большое влияние итальянское искусство оказало и на искусство англичан, что повлияло на их язык, т.к. в нем появляются заимствования из итальянского языка. В то время и произошло перенесение имени Мадонны на деятельность человека искусства, отдающего предпочтение ее изображению или посвятившего жизнь данной тематике, где к лексеме «*madonna*» добавилось окончание *-ro* (во множественном числе *-ri*), которое указывает на человека, который этой деятельностью занимается, т.е. тот, кто рисует Мадонну. Такое перенесение на деятельность говорит о **метонимизации** данного профессионализма. Название Мадоннари существует и сейчас, которые широко известны как уличные художники, специализирующиеся в большинстве случаях в рисунках 3 D, это уже не религиозные сюжеты, а в основном произведения городской живописи и является одним из направлений стрит арта.

Такой профессионализм, как «*pre-Columbian art*» – «допотопный, старинный» относится к микрополно *school*. Данная лексема начала употребляться для того, чтобы указать на старомодность искусства путем отсылки так называемому искусству доколумбов (предшествовавшему открытию Америки Колумбом). Всемирно известно, что Христофор Колумб, внес огромный вклад в науку и открытие новых земель. С открытием так называемых «новых земель» начинало развиваться и ремесло живших там людей. Как известно, открытия Колумба имели всемирно историческое значение, поскольку лишь после его плаваний американские земли вошли в сферу географических представлений. Открытия Колумба также способствова-

ли пересмотру средневекового мировоззрения и возникновению колониальных империй. Таким образом, период до открытия Америки и других земель начали называть доколумбийским, отсюда и произошла персонификация, которая с помощью префикса *pre-* (до) указывает на уже устаревшее, не воспринимаемое в современности. В данном примере мы наблюдаем **антономазию**, так как собственное имя исторического лица используется для обозначения нарицательного имени.

Также интересными для рассмотрения нам представляются многословные профессионализмы, именующие группу художников названиями учреждений, в которых они учились или работали, или же предпочитаемой ими местностью для творчества. Рассмотрим примеры, “*Glasgow Boys*” – мальчики из Глазго. Так критики прозвали выпускников Глазго-Академии (мужская привилегированная частная средняя школа), которые придерживались грубости в своих работах и выступали против установленных правил в живописи в Шотландии. Здесь прослеживается **метонимизация** профессионализма.

“*Hudson River School*” – Школа реки Гудзон – группа художников-пейзажистов, работавших в стиле романтизма в начале XIX в. С конца 20-х годов XIX века в американском изобразительном искусстве начинается бурное развитие пейзажа, который в последующие десятилетия становится ведущим жанром в живописи. Художники впервые обратились к природе родного края, что являлось чрезвычайно важным явлением для молодой страны, свидетельствующим об укреплении национального самосознания. Возникло целое направление, получившее в искусствоведении наименование «Школы реки Гудзон», художники которого чаще всего сосредоточивались на изображении наиболее живописных мест Новой Англии, штатов Нью-Йорк и Пенсильвания и прежде всего – долины реки Гудзон. Эффектный, нарочито романтизированный пейзаж «Школы реки Гудзон» в ходе развития американского искусства постепенно преобразился в пронизанное живым лирическим чувством реалистическое воспроизведение подлинной и неприкрашенной природы Соединенных Штатов Америки². В данном примере также наблюдается **метонимизация**.

Рассмотрим следующий пример: “*A blot on (upon) the landscape*” – «клякса на ландшафте», данная фраза употребляется между профессионалами изобразительного искусства в переносном значении, для того, чтобы передать суть

¹ Там же.

² https://ru.wikipedia.org/wiki/Школа_реки_Гудзон.

того, что какой-либо отрывок картины или мазок портит картину, тем самым мешает наслаждаться красотой всего полотна в целом, как ложка дёгтя в бочке мёда. Таким образом, мы можем говорить о **метафоризации** данного профессионализма¹.

В результате анализа нашей выборки согласимся с мнением С.Г. Дудецкой о том, что «терминологическая номинация характеризуется, прежде всего, как вторичная, т.к. для наименования научных понятий применяют языковые средства национального или заимствуемого языка, уже использованные в системе общепотребительной или общенаучной лексики»². На этапе развития лексем-прототерминам характерны такие номинативные процессы, как **терминологизация, транстерминологизация, ретерминологизация, детерминологизация, метонимизация, транслитерация**.

Что же касается профессионализмов, то

можно заметить, что данная сущность во многом связана с лингвокультурными особенностями тех народов, откуда они произошли, а их более глубокое изучение помогает понять, что лежит в их основе, и в каких коммуникативных ситуациях применимы данные лексические единицы, поскольку «данная коммуникативная сфера является основой как для установления открытого и продуктивного внутреннего рабочего климата, так и для положительных внешних отношений с теми, кто не принадлежит к группе»³. В ходе анализа профессионализмов изобразительного искусства нами также выявлено, что данному лексическому пласту присущи процессы **метонимизации, антономазии, метафоризации**, а такие явления, как **терминологизация, транстерминологизация, ретерминологизация, детерминологизация** к нему не относятся, так как профессионализмы по своей сути не являются терминами.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Алимуратов, О.А. Функциональная природа лексического значения // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. - 2004. - № 4. - С. 77-82.
2. Алимуратов, О.А. Значение, смысл, концепт и интенциональность: система корреляций // Язык. Текст. Дискурс. - 2005. - № 3. - С. 43-56.
3. Алимуратов, О.А., Ковалевич, Е.П., Реунова, О.И. Опыт метонимического моделирования фрагментов англоязычной картины мира (на примере концепта FLOWER) // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. - 2010. - № 1. - С. 64-72.
4. Алимуратов, О.А., Лату, М.Н. Динамические процессы в терминологических системах (на материале современных англоязычных терминосистем) // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. - 2012. - № 14. - С. 250-259.
5. Алимуратов, О.А., Лату, М.Н. Метафоричность термина как переводческая проблема // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. - 2006. - № 4. - С. 24-27.
6. Алимуратов, О.А., Лату, М.Н. Особенности терминологической номинации: когнитивно-семантический подход (на материале китайской и английской терминологии боевых искусств) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. - 2008. - № 1-2. - С. 6-13.
7. Аракелова, А.Р. Когнитивные исследования языка // Вып. XX: От когнитивной лингвистики к когнитивному терминоведению: сборник научных трудов / отв. ред. вып. Л.А. Манерко. - М.-Тамбов, 2015. - С. 258.
8. Гак, В.Г. К типологии лингвистической номинации // Языковая номинация (Общие вопросы). - М., 1977. - С. 230-293.
9. Гейтнер, В.Г., Наумов, Н.П. Млекопитающие Советского Союза, т. 2, ч. 1. - М., 1967. [Электронный ресурс]. - URL: http://enc-dic.com/enc_sovet/Kolonok-26560.html.
10. Гринев-Гриневич, С.В. Терминоведение: учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений. - М.: Академия, 2008. - 304 с.

¹ см. также: Алимуратов О.А., Лату М.Н. Метафоричность термина как переводческая проблема // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. - 2006. - № 4. - С. 24-27.

² Дудецкая, С.Г. Метафоризация как способ терминообразования (на материале английской терминологии черепно-челюстно-лицевой хирургии и стоматологии): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. - Самара, 2007. - 23 с.

³ Аракелова, А.Р. Когнитивные исследования языка // Вып. XX: От когнитивной лингвистики к когнитивному терминоведению: сборник научных трудов / отв. ред. вып. Л.А. Манерко. - М.-Тамбов, 2015. - С. 258.

11. Давлетукаева А.Ш. Диахронический аспект развития экономической терминологии (английский язык): дис. канд. филол. наук: 10.02.21; 10.02. 20. - М., 2002. - 183 с.
12. Дудецкая, С.Г. Метафоризация как способ терминообразования (на материале английской терминологии черепно-челюстно-лицевой хирургии и стоматологии): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. - Самара, 2007. - 23 с.
13. Колшанский, Г.В. Некоторые вопросы семантики языка в гносеологическом аспекте // Принципы и методы семантических исследований. - М., 1976. - С. 5-81.
14. Лату, М.Н. Номинация в развивающихся терминосистемах: монография. - Пятигорск: СНЕГ, 2015. - 192 с.
15. Лату, М.Н., Хачересова Л.М. Типология англоязычных терминов по моделям номинации в соответствии с классификацией элементов научного знания // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. - 2012. - № 2. - С. 72-78.
16. Раздуев, А.В. История возникновения и развития терминологии нанотехнологий // European Social Science Journal. - 2011. - № 8 (11). - С. 60-69.
17. Раздуев, А.В. Эпонимическая номинация в англоязычной и русскоязычной терминологии сферы нанотехнологий // Когнитивные исследования языка. - 2015. - № 23. - С. 666-671.
18. Раздуев, А.В., Хакиева, З.У. Основные индивидуальные (вариативные) характеристики англоязычных систем строительной и нанотехнологической терминологии // Теоретические и прикладные аспекты изучения речевой деятельности. - 2012. - № 7. - С. 191-206.
19. Фреге, Г. Смысл и денотат // Семиотика и информатика. - Вып. 8. - М., 1977. - С. 181-210.

ОТЕЧЕСТВЕННАЯ ФИЛОЛОГИЯ

УДК: 81
ББК: 81.411

Гейдарова Э.А.

К ВОПРОСУ О КЛЮЧЕВЫХ ИДЕЯХ РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЫ
(НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОГО ОСТРОВНОГО ГОВОРА АЗЕРБАЙДЖАНА)

Heydarova E.A.

TO A QUESTION ABOUT KEY IDEAS OF THE RUSSIAN LINGUOCULTURE
(ON MATERIAL OF THE RUSSIAN ISLAND DIALECT OF AZERBAIJAN)

Ключевые слова: языковая картина мира, русская лингвокультура, ментальность народа, русская диалектология, русский островной говор, общение, иноязычная лексика, формы обращения, эмоциональная и экспрессивная лексика.

Keywords: language picture of the world, Russian linguoculture, mentality of the people, Russian dialectology, the Russian island dialect, communication, foreign language vocabulary forms, of appeal, emotional and expressional lexicon.

Аннотация: в статье рассматриваются ключевые идеи русской языковой картины мира на примере русского островного говора Азербайджана. Подобное исследование проводится впервые. Лексика говора русских поселенцев, проживающих за пределами России, ярко отражает самобытность, своеобразие характера русского народа, особенности его мировосприятия. Ментальность народа передается в исследуемом говоре, в частности, в словах и выражениях, с помощью которых протекает процесс общения русских поселенцев. В работе приводятся также формы обращения к родным и незнакомым людям.

Abstract: in article the language picture of the world on the example of the Russian island dialect of Azerbaijan is considered. Similar research is conducted for the first time. Lexicon of a dialect of the Russian settlers living outside Russia brightly reflects originality, features of character and perception of world around of the Russian people. Lexicon of a dialect of the Russian settlers living outside Russia brightly reflects originality, features of character and perception of world around of the Russian people. Mentality of the people is reflected in the studied dialect, in particular, in words and expressions by means of which process of communication of the Russian settlers proceeds. Also forms of the address to the family and strangers are given in this work.

Языковая картина мира (ЯКМ) «формируется системой ключевых концептов и связывающих их инвариантных ключевых идей. Ключевые концепты служат своего рода ключом к пониманию важных особенностей культуры народа».¹ Идея же является ключевой, если она повторяется в значении других слов и выражений, а также иногда синтаксических конструкций и даже словообразовательных моделей.

Попытка реконструкции русской языковой картины мира была предпринята такими учеными, как А.А. Зализняк, И.Б. Левонтина и А.Д. Шмелев. В сборнике статей «Ключевые идеи русской языковой картины мира» они пытались «обнаружить те представления о мире, стереотипы поведения и психических реакций, которые русский язык навязывает говорящему

на нем, т.е. заставляет видеть мир, думать и чувствовать именно так, а не иначе».² Ведь «каждый этнос имеет свою собственную внутреннюю структуру и свой неповторимый стереотип поведения».³ Академик Ю.В. Бромлей отмечал: «Характерные особенности географической среды (климата, почвы, рельефа, флоры, фауны и т.д.) оказывают также определенное влияние на отдельные стороны духовной культуры и психического склада этноса. Это находит свое косвенное выражение прежде всего в отдельных специфических привычках, обычаях, обрядах, в которых проявляются особенности быта народа, связанные с характерными чертами среды его

¹ Шмелев А.Д. Русская языковая модель мира: Материалы к словарю. М., 2002. С. 11.

² Зализняк А.А., Левонтина И.Б., Шмелев А.Д. Ключевые идеи русской языковой картины мира: сборник статей. М., 2005. С. 13.

³ Гумилев Л.Н. Этногенез и биосфера Земли. СПб., 2001. С. 99.

доверительность родственных обращений, особенно некоторых из них, например, *сестренка* или *отец*, - совершенно особое явление.

Некоторые обращения выходят за рамки кровного родства, характеризуя человека по определенным признакам. Здесь также присутствуют заимствования из азербайджанского языка.

Балám – деточка, ласковое обращение к ребенку: *Давáй, балám, рúчку, пайд'ом пáнку фстр'авáт'.* *Ид'и, балám, н'án'к'а кáшк'и дás'т'.* *Ид'е ты, мýй балám, ý как'их крайáх пръпадáши?* а Азерб. **balá+м** (изафет) – моё дитя.

Годжá – 1. Старик (при обращении к нерусскому мужчине): *Инаудá ид'от старшый фп'ир'от т'иб'á, ýвар'áт', ай ýоджá, пъдажд'и.* 2. Старик (с оттенком иронии, шутиливо среди русских): *Ай, ýоджá, куда пашóл?* Азерб. **qosa**.

Джан – ласковое обращение. Милый (-ая), дúшка, детка: *П'иши, д'ж'án, п'ис'мъ, н'ъ зъбывáй.* *У таб'е, д'ж'án, ат'ең-мáт'ър'ь йес'т'?* *Ай, д'ж'án, н'ъ валнýйс'ь, фс'акýй ýор'ь прайд'от'.* Азерб. **can**.

Дост – друг, приятель. Азерб. **dost**.

Ёлдáш – товарищ (преимущественно в разговоре с нерусскими, иногда с оттенком иронии, – с русскими): *Ýолдáш, дъ н'и дáш (о деньгах).* *Ай, ýолдáш, з'д'ес' дарóуь закрыт', н'ет дарóу'и, йáбл'к'и абрываýт'.* Азерб. **yoldaş** – 1) товарищ; 2) спутник; 3) перен. муж, жена.

Кардáня и кардáнькя – подруга, сверстница (преимущественно в речи женщин, в обращении друг к другу): *Кардán'к'а, кардán'ь врód'ь лáскъвъ.* *Вót, кардán'к'а, йь с'ивódн'ь сón в'идáль.*

Кичúк – малыш, малый, маленький (в обращении к детям): *Эй, к'ичúк, ид'и ваз'мý, нý!* *Ты, к'ичúк, плáкът' бúд'ьш.* Азерб. **kiçik**.

Кишы – мужчина: *Ты п, к'иши, акърат'ил мал'иá.* Азерб. **kişi** – 1. мужчина; 2. муж.

Оглán – парень: *Ай, аглán, йá таб'е ýх'и паабáрву.* Азерб. **oglan**.

Итак, родственные отношения для русской культуры обладают не только большой ценностью, но и эмоциональной насыщенностью. При этом любовь к своим совершенно не сопровождается равнодушием или недоброжелательством по отношению к чужим. А фамильярные отношения типа *милая* «по отношению к незнакомым людям, хотя и сокращают дистанцию против воли адресата, но не диктуют ему его собственную ответную интонацию. Они всего лишь простодушно выражают симпатию го-

ворящего, ничего не требуя взамен».¹

Как отмечалось выше, одним из способов реализации человеческих отношений является общение, в процессе которого используются *ласкательные слова и экспрессивно-оценочные элементы*. В русском островном говоре Азербайджана широко представлена эмоционально-экспрессивная лексика, включающая:

1) слова, в значении которых содержится усиление признака оценки или эмоции;

2) слова с различными средствами выразительности, в частности суффиксами.

К первой группе относятся такие слова, как:

адиёт - вздорный, склонный к ссорам мужчина // ж. **адиётка**; **алалá** - вздор, бессмыслица; **амán** - плохой, доставляющий неприятности; **арыхчá** - худой ребенок; **áспид** - чёрт (бранное);

бáбский - неодобр. присущий бáбе, **бáзáнить** - кричать, плакать навзрыд; **балабóн** - болтун, пустомеля // ж. **балабóлка**; **балáка** - болтун (болтунья); **баланифjá** - шутник, балагур; **баранчúк** - упитанный ребенок; **бельмы, бельнюки** - глаза; **бесюля** - беспокойный ребенок; **брехóвка** - болтливая женщина; **брюхáтая** - беременная; **бруш-тень** - живот, брюхо (неодобрит.); **бурдétь** - бурчать, ворчать; **бурун** - нóс (экспресс.); **бурунястый** - длинноносый; **бухтítь** - ворчать;

варнáкать - говорить впустую; **верезá** - плакса; **верезжáть** - визжать; **вертёха** - кокетка; **вертихвóстка** - легкомысленно-кокетливая женщина (неодобрит.); **взбрыкнúться** - вздрогнуть; **втюняжиться** - понравиться;

гадючий - очень противный; **галдétь** - шуметь; **гáркать** - грубо или громко разговаривать; **гурдétь** - ворчать;

далдóнить - говорить без умолку; **джарúк и джарúх** - худой, изможденный человек; **донгúз** - свинья (бранное); **дрызгá** - вздорный человек;

жалнá - скупец, скряга; **жрать** - жадно есть; **жрáмиши** - дееприч. от *жрать*;

забурдá - ворчун, ворчунья; **загермá, загермáр** - шутиливое проклятие (да будет тебе погибель; на, подавись); **замазúра** - грязнуля; **замáрный** – грязный, чумазый; **засítь** - груб. замолчи; **замусáленный** - очень грязный; **запóйца** - пьяница; **зудá** - надоедливый человек,

¹ Левонтина И.Б. Милый, дорогой, любимый... // Зализняк А.А., Левонтина И.Б., Шмелев А.Д. Ключевые идеи русской языковой картины мира: сборник статей. М., 2005. С. 246.

зануда; **зурна́** - по отношению к плачущему ребёнку (бранное);

иша́к - глупый (перен.) и упрямый (бранное); **иша́чить** - много работать, не получая должного вознаграждения;

кады́к - рот (экспресс.); **каца́пка** — русская (пренебр.); **кача́г** - о непослушном, невоспитанном ребёнке (перен.); **кирвя́нка** - грязнуля; **крику́ха** - крикунья, ворчливая женщина;

лагла́г - пустомеля, болтун, говорун (неодобр.); **ляля́кать** - болтать, пустословить;

майму́н - обезьяна /о человеке/ (бранное) // ж. **майму́нка**; **майму́нский** - экспресс. обезьяний; **мемё́ля** - о неловком человеке, растяпе; **му́жичка** - экспресс. о женщине;

нагандо́бить - совершить, натворить что-либо; **начухва́риться** - экспресс. неопрятно, безвкусно одеться; **наяндё́ривать** - есть с аппетитом, наворачивать; **негодя́щий** - 1) плохой, ветхий; 2) неприспособленный, старый; 3) неприличный; 4) недозволенный; 5) неподходящий, несоответственный; 6) не имеющий должной квалификации, необходимых знаний; 7) неспособный к выполнению каких-либо обязанностей по возрасту или здоровью; **нехало́зный** - плохой;

обма́рный - грязный, чума́зый; **оборзе́ть** - обнаглеть; **окандё́читься** - околеть; **около́тыш** - бездельник;

переморе́нный - усталый, ; **перехряну́ть** - перетрудиться; **плё́хан** - пощечина, оплеуха; **пля́кать** - чавкать; **пога́ный** - нечистый (о посуде); **подра́тый** - рваный (о рукаве); **понавы́рныха́ть** - наговорить вздор, глупости; **по пу́зе** - по поясу; **поскаку́шка** - резвый ребенок, человек; **поха́рчиться** и **похарчи́ться** - умереть, погибнуть; **приблудный** и **приблО́дный** - незаконный; **приблудну́ть** - родить вне брака; **придура́чить** - одурачить; **прока́зин** - проказник; **проку́да** - проказник; **проку́дный** - шаловливый; **пустобрёх** - пустослов, пустомеля;

раскуде́лить - расшевелить человека; слегка побранить; **распу́тень** - неряха; **растаба́рывать** - говорить пустяки; **расчихво́стить** - поругать; **ря́кнуть** - закричать (экспресс.);

садану́ть - сильно ударить; **саму́лятник** - лентяй, лодырь; **сплету́н** - сплетник // ж. **сплету́ха**; **стару́ха** - жена; **страхало́дный** - страшный, безобразной внешности; **сукре́нок** - хулиган; **схамлё́тничать** - обокрасть, обобрать;

таланба́сить - болтать; **терпу́х** - о терпеливом человеке; **торопи́стый** - торопливый; **трещи́тка** - болтун, тараторка; **то́кну́тый** - сумасшедший; **тя́мбля́ть** - лодырь, бездельник, лентяй; **тя́мбля́ть** - лодырничать;

ча́ть, бездельничать;

укандё́чить - убить; **уи́лый** - 1) хитрый; 2) слишком грамотный;

халёвый - неграмотный; **ха́ять** - ругать, бранить; **хва́гыр** - мирный, скромный, тихий;

шара́хаться - падать; **шибану́ть** - побить; **шмо́нка** - женщина лёгкого поведения; **шустря́чка** - очень шустрая, быстрая, подвижная женщина, девушка;

яланчи́ - обманщик, лгун (обманщица, лгунья) /125 примеров/.

В русском островном говоре Азербайджана очень продуктивным способом выражения экспрессивности является суффиксация. Об этом свидетельствуют такие примеры, как:

азямчик - уменьш. к а́зам (кафтан халатного покроя из домотканого полотна); **айву́шка** - уменьш. к айва; **амба́ринка** - уменьш. к амбар; **амба́рушка** - уменьш.-ласкат. к амба́р; **арба́тка** - уменьш. к арба; **арва́дка** - уменьш. к арва́д (женщина, жена); **ау́льчик** - уменьш. к ау́л;

бадыржа́нка - уменьш.-ласкат. к бадржа́н (баклажан); **базок** - уменьш. к баз (крытый скотный двор, огороженное место для скота во дворе); **бараджа́нка** - уменьш. к бараджа́н (сельскохозяйственное орудие для кошения колючки); **бардачо́к** - уменьш. к барда́к (большой глиняный кувшин с узким горлом и ручкой); **ба́тька** - экспресс. к ба́тя (отец); **ба́тля** - экспресс. к ба́тя (отец); **ба́шка** - экспресс. голова человека; **белобры́сенский** - уменьш.-ласкат. к белобры́сый; **бесце́нненский** - уменьш. к бесце́нный; **бли́ны** - уменьш.-ласк. к бли́ны; **бозба́шки** - уменьш. к бозба́ш (жидкое блюдо, приготовленное из мяса, картофеля с горохом); **боро́дка** - уменьш.-ласк. к борода́ (подбородок); **боязнёхонько** - экспресс. к боязнО́ (страшно); **бра́тка** - экспресс. к брат; **брёхенки** и **брёхеньки** - уменьш. к брёхня (обман, ложь; небылица); **бригади́рка** - экспресс. к бригади́р; **брышу́рка** - экспресс. лгу́нья; **буды́лышка** - уменьш.-ласкат. к буды́лка (стебель подсолнуха); **буйла́к** - толстяк (ср. буйлак – буйвол); **бучи́на** - экспресс. бык;

ва́вка - уменьш. к ва́ва (рана, царапина); **валу́шка** - уменьш. к вал (куча сена); **ва́тка** - уменьш. к ва́та (хлопок); **вдовы́ца** - уменьш.-ласкат. к вдова; **ведру́шка** - уменьш. к ведро́; **ве́шка** и **вёшка** - уменьш. к ве́ха; **ве́друшка** - уменьш. к ве́дра (хорошая, ясная погода); **висо́чки** - уменьш. к виски (волосы); **внату́рочку** - экспресс. к внату́рку (тряся что-нибудь); **вальго́тненко** - уменьш.-ласкат. к вальго́тно (легко, свободно); **вороти́ца** - уменьш. к воро́ти (калитка); **во́хонький** - уменьш. к во́хкий (сырой, влажный); **вяза́ночка** - уменьш.-

ласкат. к **вяза́нка** (кофта из грубой шерсти); **вялюшка** - уменьш.-ласк. к **вяля** (молотильная доска с железными зубьями, режущая снопы);

галерейка - уменьш. к **галере́я** (амбар; помост с перилами); **гиля́шка** - экспресс. к **гиля́нка** (глиняный умывальник); **глазёнка** - уменьш.-ласкат. к **глазо́к** (стекло в оконной раме); **глазочки** - уменьш.-ласкат. к **глаза́**; **го́женько** - уменьш.-ласкат. к **го́же** (пригодно); **голомысенький** - уменьш. -ласкат. к **голомы́сый** (лысый); **гребёнка** - уменьш.-ласкат. к **гребень** (зубья вил); **гру́бочка** - уменьш.-ласкат. к **гру́бка** (печь для отопления); **грязнючий** - экспресс. к **грязный**; **грязюка** и **грязюха** - экспресс. **грязища**;

да́вечка - уменьш.-ласкат. к **да́ве** (недавно, незадолго до момента разговора); **дага́рка** - уменьш. -ласкат. к **дага́р** (кожаный мешок для зерна, мера веса зерна); **девчачишки** - экспресс. **девушки**, **девочки**; **девчёнушка** - уменьш.-ласкат. к **девочка**; **девчи́нка** - экспресс. к **девушка**; **де́денька** - уменьш.-ласкат. к **дядя**; **де́жка** и **де́жка** - уменьш. к **дежа́** (кадка, в которой замешивается тесто; квашня); **деля́нка** - уменьш. к **деля́на** (большой участок земли, годной для обработки; участок леса, где рубят деревья); **дерёвушка** - уменьш.-ласкат. к **дереву**; **дерО́жка** - уменьш. к **дерО́га** (половик); **джора́бка**, **джура́бка**, **жура́бка** и **чора́бка** - уменьш. к **джора́б** и **джура́б**; **дождечо́к** - уменьш.-ласкат. к **дождь**; **докеле́чка** - уменьш.-ласкат. к **докеле́ва** и **докеле́че**; **долгонóсенький** - уменьш.-ласкат. к **долгонóсый** (долгоносик); **домя́ка** - большой дом; **дорогу́лька** - дорогая (ласковое обращение); **дочерка́** - экспресс. к **дочь**; **дрючо́к** - уменьш. к **дрюк** (длинная палка или сук); **ду́лька** - уменьш. к **ду́ля** (груша); **дя́дяня** - уменьш.-ласкат. к **дядя**;

жа́лко - уменьш.-ласкат. к **жа́ло**; **жаро́вничка** - уменьш.-ласкат. к **жаро́вник**, **жаро́нник** и **жаро́вня**; **жбамо́к** и **жбано́к** - уменьш. к **жбан** (бидон; посуда, вместимостью в 4 ведра, где хранят мед); **жбаноче́к** - уменьш.-ласкат. к **жбан**; **желобо́к** - уменьш.-ласкат. к **жёлоб** (корыто, в котором месят тесто); **жёнка** - экспресс. к **жена**; **житу́ха** - жизнь (о плохой жизни);

завали́нка и **завали́нок** - уменьш. к **завали́на**; **завали́ценький** - экспресс. к **завали́щий** (ненужный, негодный); **завиду́ха** - завистливый человек; **зати́рушка** - уменьш.-ласкат. к **зати́рка** (блюдо из муки, яиц и масла); **зле́ючий** - очень злой;

кады́иеньки - уменьш.-ласкат. к **кады́** (когда); **казанчик** - уменьш.-ласкат. к **казан** (медный котёл для приготовления пищи, любая большая кастрюля, чугунок, посуда для поила скотины); **калгу́шка** - уменьш.-ласкат. к **калган**

(резное деревянное блюдо, глубокая тарелка; деревянная ложка); **калои́онки** - уменьш.-ласкат. к **калои́и**; **карда́нька** - уменьш.-ласкат к **карда́ня** (подруга, сверстница / преимущественно в речи женщин, в обращении друг к другу); **каржо́нок** - уменьш.-ласкат. к **карга́** (ворона); **касáдочка** и **касáточка** - уменьш.-ласкат. к **касáтка** (ласточка); **като́чек** - уменьш.-ласкат. к **като́к** (кусочек чего-либо в виде шарика); **квашо́нка** - уменьш.-ласкат. к **квашня́** (деревянная посуда для закваски и замеса теста, дежа́); **кеча́лишка** - уменьш.-ласкат. к **кеча́л** (лысый); **кле́точка** - уменьш.-ласкат. к **клеть** (маленькая комната в избе); **клу́шка** - уменьш.-ласкат. к **клу́ша** (наседка); **кобыли́чка** - экспресс. к **кобыла**; **ковио́к** - уменьш. к **кови** (деревянная разливательная ложка, половник; совок); **кóрчик** - уменьш. к **коре́ц** (кови, черпак; половник); **кóхточка** - уменьш. к **кóхта** (кофта); **коце́нок** - котёнок; **кручо́к** - экспресс. к **круча́** (крутой обрыв); **курёнок** - уменьш. к **ку́ра**, **кура́** и **ку́ря** (курица); **кусоче́к** - уменьш. к **кусóк** (участок земли, отведённый под личное хозяйство); **ку́тёнок** и **кутёночек** - уменьш.-ласкат. к **кутёк** (щенок); **куто́к** и **кутушо́к** - уменьш. к **кут** (угол в доме); **кутющёнок** - экспресс. к **кутёк**;

ла́дненько - экспресс. к **ла́дно** (мирно, хорошо, красиво); **ла́почка** - экспресс. к **нога́**; **лачу́жечка** - уменьш.-ласкат. к **лачу́га**; **лопа́тка** - уменьш. к **лопата** (приспособление для перерабатывания хлеба при выпечке);

мало́сенький - очень маленький; **ма́мёнька** - уменьш.-ласкат. к **мама́ня** (мама); **ма́мка** - экспресс. к **мама**; **мані́сточки** - уменьш.-ласкат. к **мані́шка**; **ма́хонька** - маленькая, крохотная; -к **мэ́нтом** (о); **мокре́хонький** и **мокре́шенький** - более мокрый; **мотузо́чек** - экспресс. к **мотузо́к** (шнурок); **мочажу́на** - экспресс. к **моча́г** (топь, трясина, болото);

нагрО́шка - уменьш.-ласкат. к **нагрэ́я** (маслобойка, деревянный или глиняный сосуд для сбивания масла); **нехалО́зенький** - экспресс. к **нехалО́зный**; **никуды́иенький** - экспресс. к **никуды́иный** (ни к чему непригодный; достойный осуждения; малый, незначительный); **но́нечка** и **ны́нечки** - уменьш.-ласкат. к **ноне** (сейчас, теперь, ныне);

огромáдина - экспресс. предмет большого размера, громадина; **ора́лка** - экспресс. к **ора́ло** (вид сохи: деревянная борона с рядом зубьев, с помощью которой разрыхляют почву); **осочо́к** - уменьш. к **осокá** (ирис); **откеле́чка** - уменьш.-ласкат. к **откель** и **откеля́** (откуда); **отсе́личка** и **отсе́лички** - уменьш.-ласкат. к **отсель** и **отселя́** (отсюда); **отте́личка** и **отте́лички** - уменьш.-ласкат. к **отте́ль** (оттуда);

папа́ша - экспресс. к **папа**; **печери́чка** -

уменьш. к *печери́ца* (шампиньон; белый гриб); *пласти́нка* - уменьш. к *пласти́на* (расципленное на две части бревно); *плахо́нький* - уменьш.-ласкат. к *плохой*; *поба́сенка* - экспресс. к *поба́ска* /1) сказка; 2) анекдот, короткий забавный рассказ/; *поке́дошки* - уменьш.-ласкат. к *поке́да* (пока); *польту́шка* - детское пальто; *понаро́шечке* - уменьш.-ласкат. к *понаро́шке* (нарочно); *пьяню́шка* и *пьяну́жка* - экспресс. к *пьяница*;

раи́нка - уменьш.-ласкат. к *раи́на* (пирамидальный тополь); *ревню́чий* - очень ревнивый; *ровне́хонький* и *ровне́шенький* - более ровный; *рубле́вка* - экспресс. к *рубль*; *рубли́шко* - уничиж. к *рубль*;

сва́тик - уменьш.-ласкат. к *сват*; *сва́шенька* - уменьш.-ласкат. к *сва́шка* (подружка невесты; молодая жена, которая во время свадьбы находится возле жениха и невесты; сваха); *седли́нка* - уменьш.-ласкат. к *седли́на* (неглубокая выемка между двумя вершинами горы, холма); *сивоу́сенский* - уменьш.-ласкат. к *сивоу́сый* (седоусый); *склизко́нько* - уменьш.-ласкат. к *склизко* (скользко); *сковра́дэнка* - уменьш.-ласкат. к *сковорода* (сковорода); *скотинёшка* - уменьш.-ласкат. к *скот*; *ску́сенько* и *ску́снёхонько* - экспресс. к *ску́сно* (вкусно); *сме́ртушка* - экспресс. к *смерть*; *сно́шенька* - уменьш.-ласкат. к *сноха́*; *сно́шка* - экспресс. к *сноха́*; *соло́мишка* - экспресс. к *солома*; *страхолО́дненький* - экспресс. к *страхолО́дный*; *страху́чий* - экспресс. к *стра́шный* (большой); *стригу́нок* - уменьш.-ласкат. к *стригун* (годовалый жеребёнок, которому подстригли гриву); *сюрту́чишка* - пренебр. к *сюртук*;

тага́нка и *тага́нок* - уменьш. к *тага́н* (вид печки-жаровни; треножник); *тамы́чка* - уменьш.-ласкат. к *тамы́ча* (там); *тара́шка* - уменьш. к *тара́нь* (название местной речной рыбы); *тверде́хонький* - экспресс. к *твёрдый*; *тепе́ричка* - экспресс. к *теперь*; *тере́мушка* - экспресс. к *тере́муха* (черёмуха); *тогда́шненьки* - уменьш.-ласкат. к *тогда́* (тогда); *топе́речки* - уменьш.-ласкат. к *топе́рь* (теперь); *то́рбочка* - уменьш. к *торба́* (небольшой мешок); *торопу́ха* - экспресс. *торопливый* человек; *тро́шки* - уменьш. к *тро́хи* (немного, едва); *трошечки* - уменьш.-ласкат. к *тро́хи*; *ту́точка* - уменьш.-ласкат. к *ту́тыча* (здесь); *ты́клушка*, *ты́кушка* и *ту́клушка* - уменьш.-ласкат. к *ты́кла* (тыква); *ува́шка* - уменьш.-ласкат. к *ува́* (грудной

ребёнок);

фо́тка - экспресс. к *фотография*;

халу́пка - 1) маленький дом; 2) избёнка; *хану́ля* и *хану́шка* - маленький дом; *хано́к* - уменьш. к *хан*; *хате́нка* - уменьш.-ласкат. к *ха́та* (крестьянский дом, изба; комната в избе); *хате́ночка* - уменьш.-ласкат. к *ха́та*; *ха́тка* - экспресс. к *ха́та*; *худона́ренький* - экспресс. к *худона́рый* (худощавый, тощий); *худо́чий* - экспресс. очень худой; *хуржу́нки* - уменьш. к *хуржу́н* (перемётная сума, в которой перевозится кладь; перен. непостоянный в своих решениях человек); *хуржу́ночки*, *хуржу́нчики* - уменьш.-ласкат. к *хуржу́н*;

чары́чки - уменьш.-ласкат. к *чары́ки* (устаревшая самодельная крестьянская обувь без каблуков, изготовленная из сыромятной кожи, носок весьма заужен и в форме крючка загнут кверху, бока стягиваются шерстяным шнурком); *чора́бка* - уменьш. к *джора́б* (устаревшая самодельная крестьянская обувь без каблуков, изготовленная из сыромятной кожи, носок весьма заужен и в форме крючка загнут кверху, бока стягиваются шерстяным шнурком); *чубу́чок* - уменьш.-ласкат. к *чубу́к* (прут, тонкая палочка, розга; длинная палка пастуха); *чуло́чки* - уменьш. к *чулки* (шерстяные чулки домашней вязки); *чурба́чок* - уменьш.-ласкат. к *чурба́к* (пенёк; бревно, на котором рубят дрова); *чу́стики* - уменьш.-ласкат. к *чу́сты* (мягкие кожаные или матерчатые туфли без каблуков; чувяки); *чуто́чек* и *чу́точек* - уменьш.-ласкат. к *чудо́к* (немного, чуть-чуть);

шалёнка - экспресс. к *шале́чка* (тёплый вязанный платок; головной платок, который вышивается невестой); *ша́лька* - экспресс. к *шале́чка*; *шафра́нка* - уменьш.-ласкат. к *шафра́н*; *швидка́хонько* - уменьш.-ласкат. к *швы́дко* (быстрый, скорый); *швидко́нький* - экспресс. к *швы́дкий*; *шлѣ́чка* - уменьш. к *шлык* (чепчик, женский головной убор);

яру́шка - уменьш. к *яр* (яма между горами, обрыв, овраг) /213 примеров/.

В ходе проведенного исследования в русском островном говоре Азербайджана было выявлено 338 слов с эмоционально-экспрессивными элементами. Из них 49 заимствовано из языка местного населения.

Таким образом, приведенные примеры показывают, что ключевые слова культуры обладают высокой степенью эмоциональности.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Алефиренко, Н.Ф. Лингвокультурология. Ценностно-смысловое пространство языка. – М.: Флинта, Наука, 2014. – 288 с.
2. Бромлей, Ю.В. Очерки теории этноса. – М.: Наука, 1983. – 412 с.

3. Вежбицкая, А. Понимание культур через посредство ключевых слов. - М.: Языки славянской культуры, 2001. - 288 с.
4. Гейдарова, Э.А. Лексическая система русского островного говора Азербайджана. - Баку: Автора, 2015. - 178 с.
5. Гейдарова, Э.А. Иноязычная лексика в русском островном говоре Азербайджана // Вестник Томского государственного университета. - 2013. - № 371. - С. 23-26.
6. Гулиева, Л.Г., Гейдарова, Э.А. Лексикон русского островного говора Азербайджана. - Баку: Автора, 2014. - 498 с.
7. Гулиева, Л.Г., Мамедбейли, Ф.АГ., Гейдарова, Э.А., Керимова, Г.О. Словарь русского островного говора Азербайджана. - 2-е изд. - Баку: Tehsil, 2006. - 641 с.
8. Гумилев, Л.Н. Этногенез и биосфера Земли. - СПб.: Кристалл, 2001. - 642 с.
9. Евсюкова, Т.В., Бутенко Е.Ю. Лингвокультурология. - М.: Флинта, Наука, 2015. - 480 с.
10. Зализняк, А.А., Левонтина, И.Б., Шмелев, А.Д. Ключевые идеи русской языковой картины мира: сборник статей. - М.: Языки славянской культуры, 2005. - 540 с.
11. Кравченко, А.И. Культурология. - М.: Проспект, 2015. - С. 288.
12. Левонтина, И.Б. Милый, дорогой, любимый... // Зализняк А.А., Левонтина И.Б., Шмелев А.Д. Ключевые идеи русской языковой картины мира: сборник статей. - М.: Языки славянской культуры, 2005. - С. 238-246.
13. Сабитова, З.К. Лингвокультурология. - М.: Флинта, Наука, 2015. - 528 с.
14. Шмелев, А.Д. Русская языковая модель мира: Материалы к словарю. - М.: Языки славянской культуры, 2002. - 224 с.
15. Шмелев, А.Д. Лексика русского языка как отражение «русской души» // А.А. Зализняк, И.Б. Левонтина, А.Д. Шмелев. Ключевые идеи русской языковой картины мира: сборник статей. - М.: Языки славянской культуры, 2005. - С. 25-36.

УДК: 821.161.1 (092) Пушкин А.С.+82-1(09)
ББК: 83.3(2=Рус)5-8 Пушкин А.С. 0,1+83.3(2=Рус) 5-022.9

Дмитриева У.М.

АРЗАМАССКИЕ МОТИВЫ В СНЕ ТАТЬЯНЫ

Dmitrieva U.M.

ARZAMAS MOTIVES IN THE TATYANA'S DREAM

Ключевые слова: Пушкин, «Евгений Онегин», сон Татьяны, общество «Арзамас», мотив.

Keywords: Pushkin, Eugene Onegin, Tatyana's dream, the society "Arzamas", motive.

Аннотация: статья посвящена анализу двух строф «Евгения Онегина» А.С. Пушкина. Отправной точкой в рассуждениях стало одно замечание В. Набокова, сделанное в комментариях к роману в стихах. В статье произведен сопоставительный анализ сна Татьяны и некоторых протоколов заседаний литературного общества «Арзамас». Тексты протоколов рассматриваются как один из литературных источников сна Татьяны.

Abstract: the article is devoted to the analysis of two stanzas of "Eugene Onegin" by A. Pushkin. The starting point was a remark made by V. Nabokov in the comments to the novel in verse. There is a comparative analysis of Tatiana's dream and some minutes of the literary society's "Arzamas" meetings in the article. The texts of the minutes are considered as one of the literary source of Tatiana's dream.

Сон Татьяны неизменно обращает на себя внимание читателей и исследователей творчества Пушкина своей «загадочностью». Неслучайно М. Гершензон, один из первых, кто пытался расшифровать сон Татьяны, назвал его «тайником», «тайнохранилищем», «заповедным местом»¹. В полисемантических, неоднозначных образах сна Татьяны литературоведы видят проявление «тайного знания» Татьяны (о себе, своей любви, Онегине)², воплощение образов свадебного и похоронного обрядов³, «реконструкцию» мифологических архетипов⁴, «нервный узел романа, в котором <...> преображаясь, определяется душа Татьяны»⁵ и т.д.

Нас заинтересовала загадка строф, описывающих фантасмагорию нечисти, собравшейся в лесной избушке, в которую попадает Татьяна. Чудовища, возглавляемые Онегиным, будоражат воображение читателя. Возможно, именно здесь нашло отражение то, что В.М. Маркович назвал «вторжением стихий "готического" ро-

мана»⁶. В качестве источников образов «адских приведений» исследователи называли живописные, литературные и фольклорные произведения. Н.Л. Бродский в комментариях к «Евгению Онегину» приводит мнение В.Ф. Боцяновского о том, что «характер изображения "чудовищ" в сне Татьяны напоминает русскую лубочную картинку конца XVIII века "Бесы искушают св. Антония" и картину Иеронима Босха "Искушение св. Антония"»⁷. Комментатор добавляет, что копия картины Мурильо, посвященная этому же сюжету, находилась в Михайловском⁸. В качестве литературных источников Бродский, опираясь на исследования В.В. Сиповского, называет «Русские сказки» Чулкова (1783), присовокупляя к ним сон, рассказанный Софьей Фамусовой («Хочу к нему – вы тащите с собой: / Нас провожают стон, рев, хохот, свист чудовищ!»).

Отмечаются литературоведами и самоцитаты Пушкина: параллели со сказкой «Жених», «Песнями о Стеньке Разине»¹⁰, описанием приезда гостей в строфах XXV – XXIX пятой главы «Евгения Онегина»¹¹. М. Гершензон и Д. Благой обнаруживают в облике чудовищ «мелкопоме-

¹ Гершензон М.О. Статьи о Пушкине. – Л., 1926. – С. 102 – 103.

² Гершензон М.О. Указ. соч. – С. 105.

³ Лотман Ю.М. Роман А.С. Пушкина «Евгений Онегин»: Комментарий: Пособие для учителя // Лотман Ю.М. Пушкин: Биография писателя; Статьи и заметки, 1960 – 1990; «Евгений Онегин»: Комментарий. – СПб., 1995. – С. 656 – 657.

⁴ Маркович В.М. О мифологическом подтексте сна Татьяны // Болдинские чтения. Горький, 1981. – С. 78.

⁵ Яблонский Г., Лахтикова А. Сон Татьяны: «магический кристалл» и преобразование // Новый Журнал, "The New Review", 236, September. – 2004.

⁶ Маркович В.М. Указ. соч. – С. 73.

⁷ Бродский Н.Л. «Евгений Онегин» роман А.С. Пушкина: Комментарий: научно-методическое издание. – М., 2005. – С. 180.

⁸ Бродский Н.Л. Указ. соч. – С. 180.

⁹ Бродский Н.Л. Указ. соч. – С. 180.

¹⁰ Лотман Ю.М. Указ. соч. – С. 658.

¹¹ Благой Д. Социология творчества Пушкина. Эпюды. – М., 1929. – С. 107;

Набоков В.В. Комментарий к роману А.С. Пушкина «Евгений Онегин». – СПб., 1998. – С. 407.

стное дворянство»¹ и «провинциальное общество»². Н.Л. Бродский, вспоминая послание Пушкина к В. Филимонову, предполагает, что «автор романа метил в какие-то живые, конкретные лица»³. Такую многозначность интерпретаций сна Татьяны и всего «Евгения Онегина» великолепно прокомментировал Ю.Н. Чумаков: «Конечно, Пушкин по природе своего аполлонического дара произвольно строит из параллелей, повторов, переключек, зеркальных отражений, палиндромических ходов свой целостный, уравновешенно-гармонический мир. Весь «Евгений Онегин» вообще состоит из сплошных перебросов смысла»⁴.

В.В. Набоков так интерпретирует текстуральные совпадения внутри «Евгения Онегина»: «Сказочные упыри и химерические чудовища из сна Татьяны – это те же гости из дневной жизни, которые придут к ней на именины и позже объявятся на балах в Москве, гости, погруженные во мрак ночного кошмара, и этот сон предвосхищает их выход на сцену»⁵. Таким образом, возможные источники образов сна Татьяны разнородны и полигенетичны. Необходимо добавить еще одно наблюдение В.В. Набокова, которое было сделано в комментариях к «Евгению Онегину» по поводу строк *«Вот череп на гусяной шее / Вертится в красном колпаке»*: «Соблазнительно усмотреть здесь воспоминание об арзамасских обедах 1817 – 1818 гг.»⁶. Что заставило В.В. Набокова отметить столь «соблазнительное» сходство? Позволим себе привести Пушкинские строфы:

XVI

Опомнилась, глядит Татьяна;
Медведя нет; она в сених;
За дверью крик и звон стакана,
Как на больших похоронах;
Не видя тут ни капли толку,
Глядит она тихонько в щелку,
И что же видит?... за столом
Сидят чудовища кругом:
Один в рогах с собачьей мордой,
Другой с петушьей головой,
Здесь ведьма с козьей бородой,
Тут остов чопорный и гордый,
Там карла с хвостиком, а вот
Полужуравль и полукот.

¹ Благой Д. Указ. соч. – С. 107.

² Гершензон М.О. Указ. соч. – С. 102 – 103.

³ Бродский Н.Л. Указ. соч. – С. 180.

⁴ Чумаков Ю.Н. «Сон Татьяны» как стихотворная новелла // Стихотворная поэтика Пушкина. – СПб., 1999. – С. 205.

⁵ Набоков В.В. Указ. соч. – С. 407.

⁶ Набоков В.В. Указ. соч. – С. 406.

XVII

Еще страшней, еще чуднее:
Вот рак верхом на пауке,
Вот череп на гусяной шее
Вертится в красном колпаке,
Вот мельница вприсядку пляшет
И крыльями трещит и машет;
Лай, хохот, пенье, свист и хлоп,
Людская молвь и конский топ!..

Строки, в которых В.В. Набоков увидел намек на «Арзамас», содержат упоминание двух атрибутов, напрямую связанных с ритуалами общества: красного колпака и гуся. Красным колпаком посвящали нового члена в арзамасцы («...стократ утешительнее видеть красный колпак возрождения, сияющий на той главе, которая доныне была посрамлена маковым венком Беседной пакости»⁷; «Его превосходительство член Чу произнес присягу под осенением красного колпака»⁸). А гусь сопровождал каждое заседание общества: он был его эмблемой, поеданием его заканчивались заседания, и сами участники общества называли себя «арзамасскими гусями»⁹.

Красный колпак и гусяная шея, воспринятые как отсылка к заседаниям «Арзамаса», позволяют обнаружить в сне Татьяны и другие намеки на атрибуты и ритуалы общества безвестных людей. Прежде всего, шум, который слышит Татьяна в сених, сравнивается с шумом на «больших похоронах». Вспомним, что главной целью арзамасских заседаний было отпевание «беседчиков». Во время организационного заседания было постановлено:

«По примеру всех других обществ каждому нововступающему члену Нового Арзамаса надлежало бы читать похвальную речь своему покойному предшественнику. Но все члены Нового Арзамаса бессмертны. Итак, за неимением собственных готовых покойников, новоарзамасцы (в доказательство благородного своего беспристрастия и еще более в доказательство, что ненависть их не простирается за пределы

⁷ «Арзамас»: сборник. В 2 кн. Кн. 1. Мемуарные свидетельства; Накануне «Арзамаса»; Арзамасские документы. – М., 1994. – С. 286.

⁸ «Арзамас»: сборник. – С. 277.

⁹ О. Проскурин истолковал оба эти образа в религиозном ключе. Гусь для Арзамаса – это земное воплощение бога Вкуса: «Вкус одновременно оказывается и духовной и материальной субстанцией. Гусь воплощает божество Вкуса, потому что его *плоть вкусна*» [Проскурин]. А красный колпак, по мнению исследователя, «оказывается эквивалентом крестильных одежд, символизирующих духовную чистоту и праведность новой жизни» [Проскурин].

гроба) положили братъ покойников между халдеями Беседы и Академии, дабы им воздавать поделом их, не дожидаясь потомства»¹.

Таким образом, в поэтическом сравнении можно увидеть своеобразную проекцию арзамасских «похорон», а точнее, заседаний, сопровождавшихся шумом и застольями.

Само описание чудовищ в сне Татьяны тоже отсылает нас ко многим арзамасским традициям и штампам. В протоколах заседаний и речах членов Арзамаса выработалась особая фразеология – ироничная, многозначная, игровая: «Чем многозначнее и многослойнее оказывалась шутка, тем больше прав у нее было называться истинно арзамасской»². Не последнее место в арзамасской фразеологии занимали описания Беседы как чудища. Так, в речи члена Чу! (Д.В. Дашков), обращенной к В.Л. Пушкину, находим: «...смело сразишься *unguibus et rostro* [когтями и клювом] с гидрою Беседы, с сим нелепым чудовищем, столь красноречиво предсказанным в известном стихе патриарха Славенофилов: Чудище обло, озорно, огромно, с тризвенной и лаей...»³ [Арзамас, с. 337]. В одной из речей Светланы (В.А. Жуковский) дано подробное причудливое описание покойных беседчиков как чудовищ:

«Но вот они, сии покойники! О сколь различны образы дала им смерть произвольная. Один лежит в виде огромного великана, одеянного чудесною кирейкою, сшитую из снежного меха; тело его плотно составлено из тука освищенных комедий; вместо головы мешок, туго набитый свищами, в коих под видом червяков таятся планы водевилей и опер! Другой предстает величественным мухомором, осеняющим наподобие некоего храма славы мириады сморчков и опенков; третий во образе славной жены Яги Бабы <...>; четвертый как бы старинная фляга без пробки, некогда заключавшая в себе уксус, настоенный острогоном <...>; пятый огромный волот <...>, он мертв, но живот его страшно надут еще теми речениями, которые давно уже он из себя извергнул, но которых хвосты еще тянутся из утробы его»⁴.

В описании шабаша беседчиков Жуковским использован простой прием перечисления (один, другой, третий...) с названием отдельных вызывающих отвращение черт, такой же прием мы видим и у Пушкина («Один в рогах с собачьей мордой, // Другой с петушьей голо-

вой...»). Чудища, как и в сне Татьяны, *составлены* из разнородных частей, они уродливы, смердящи, бессмысленны, как произведения беседчиков, что возмущает тонкий вкус арзамасцев.

Но если речь Светланы описывает Беседу, то в речи Кассандры (Д.Н. Блудов), произнесенной во время посвящения в члены общества В.Л. Пушкина, уже сами арзамасцы названы чудовищами и разбойниками. В этой речи, построенной по всем законам сложного языка «Арзамаса» и пронизанной цитатами, намеками и реминисценциями, зашифрованы члены общества под своими условными именами. Посвящаемого В.Л. Пушкина «искушают» лоханью *Лепецких Вод*, которые сулят ложное прозрение, от чего его и предостерегает Кассандра. «Арзамас» через призму Липецких Вод предстает в таком виде:

«О пилигрим блуждающий, о пилигрим блудливый! Знаешь ли, где ты? Но, расслепленный сухою водою, узнаешь, узнаешь, что Арзамас есть пристань убийц, разбойников, чудовищ. Вот здесь они вокруг стола сидят

И об убийствах говорят, готовясь на злодеяния новы.

И там на первом месте приведение, исчадие Тартара *с щетинистой бородой, с хвостом, с когтями*, лишь только не с рогами, но вместо рогов торчит некое перо, смотри: на нем, как на ружье охотника, нанизана дичина <...> С ним рядом Старушка, нарушитель сна мертвых; она взрывает могилы, сосет кровь из неопытной Музы, и под нею – черный конь «Сына Отечества». За нею сидит с полубритой бородой красная девушка, она проводит дни во сне, а ночи без сна перед волшебным зеркалом, а в зеркале мелькают скоты и Хвостов. И вот новое чудное зрелище; ты видишь и не знаешь, что видишь, гора ли это, или куча, или эхо, или бездна. Чу! там кто-то стонает и мычит по-славянски <...> Над пропастью треножник, на нем тень Кассандры; ей хочется трепетать и предсказывать и воздымать свои волосы: но пророчества не сбываются, если в волосах недостаток. Вдали плывет челнок еще пустой; увы, он скоро нагрузится телами: из него выпрыгнул кот и для забавы гложет не русского сына русской отчизны. А там Журавль с другим Хвостовым на носу, а там единственная ветреная Арфа, без злодейств и без струн, и, наконец, там Громобой-самоубийца; он пером проколол себе сердце, в коем был образ Беседы. Какое скопище безумных злодеев! Бедный *Вот!* Ты увидишь и ужаснешься, но берегись, берегись полотенца. Если оно сотрет воду прозрения, ты ослеп навсегда; злодеи будут твоими друзьями,

¹ «Арзамас»: сборник. – С. 267 – 268.

² Проскурин Олег. Новый Арзамас — Новый Иерусалим (религия общества «Арзамас») // Новое литературное обозрение. 1996. – № 19. – С. 81.

³ «Арзамас»: сборник. – С. 337.

⁴ «Арзамас»: сборник. – С. 292 – 293.

безумцы – твоими братьями. Избирай: Тьма или Свет? Вертеп или Беседа?»¹.

В.Л. Пушкин, названный «пилигримом *блуждающим*», созерцает арзамасцев-чудовищ, которые сидят вокруг стола. Так и Татьяна, *блуждавшая* в лесу, внезапно оказывается среди нечисти: «за столом / Сидят чудовища кругом». В.Л. Пушкина «знакомят» с арзамасцами, перечисляя их поочередно и упоминая обязательно их атрибуты. На первом месте – «приведение с щетинистой бородой, с хвостом, с когтями»: по цитате из «Двенадцати спящих дев» узнаем Асмодея, (прозвище князя П.В. Вяземского). Главные атрибуты Асмодея – рога, хвост и когти – становятся основой для всевозможных метафор в его описании: «грозными рогами витийства забодал некоего ядовитого москвича»². Часто они «исчезают», но качества остроумия и непримиримости у Асмодея остаются: «Член Асмодей столь долго отлученный от Арзамаса, предстал не с хвостом, когтями и рогами соименного ему подземного беседчика, но с кипюю эпиграмматических козней...»³. В речи Кассандры у Асмодея вместо рогов торчит перо, которое своей остротой успешно эти рога заменяет, пронзая литературных противников.

Следующий в перечне чудовищ – Старушка (С.С. Уваров, иногда прозвище варьировалось, его называли Ведьмой), сосущая из Неопытной Музы (А.П. Бунина, чей сборник стихов назывался «Неопытная Муза»). За Старушкой сидит «с полубритой бородой красная девушка», в которой по зеркалу узнаем Светлану (прозвище В.А. Жуковского). Всего одна частица во фразе «Чу! там кто-то стонает и мычит по-славянски» намекает на члена Чу! (прозвище Дмитрия Васильевича Дашкова). Кассандра, сидящая на треножнике – Дмитрий Николаевич Блудов в своем амплуа предсказателя. Плывущий челнок – это П.И. Полетика, его прозвище – Очарованный челнок. Он пока пустой, но скоро наполнится телами беседчиков, т.е. арзамасцы ждут, что он «похоронит» кого-нибудь из Беседы. Выпрыгивающий из челнока кот – Дмитрий Петрович Северин, имевший прозвище Резвого Кота. В речах арзамасцев нередко обыгрывались его острые лапки. Журавль с Хвостовым на носу – Ф.Ф. Вигель (Ивиков журавль), его атрибут – длинный нос, которым он наказывает врагов Общества: «сей Журавль, конечно, будет с политической исправностию таскать из болота халдейского всех тех лягушек,

которых кваканье будет надоедать Арзамасу»⁴.

«Ветреная Арфа, без злодейств и без струн» – Эолова Арфа (А.И. Тургенев), которая часто награждалась эпитетом «безмолвная», т.к. не читала на заседаниях положенных речей: «Я могу возвестить вам, для чего Эолова Арфа бряцает, или бренчит, повсюду, а только в Арзамасе безмолвствует»⁵; «нашей безмолвной Арфе, которую сам Эол перестал потрясать»⁶. И последний арзамасец в речи Кассандры – Громобой (прозвище С.П. Жихарева). Сам адресат этой речи – В.Л. Пушкин – назвался именем «Вот». Оно варьировалось от «И Вот» до «Староста Вот я вас», «Вотрушка» и «Вот я вас опять». Прозвища арзамасцев, взятые из баллад Жуковского, разнородны: среди них – имена персонажей (Ахилл, Кассандра, Светлана, Асмодей, Пустынник, Варвик, Старушка), названия животных (Резвый Кот, Ивиков журавль), неодушевленных предметов (помимо упомянутых Эоловой Арфы и Очарованного челнока, были Дымная Печурка), один топоним (у М.О. Орлова было прозвище Рейн) и даже восклицания – Чу! и Вот!

По этому же принципу поименованы и чудовища в сне Татьяны, одно их название имитирует вакханалию, смешение живого с неживым, человеческого с животным. В первом же образе («Один в рогах с собачьей мордой») можно узнать атрибутику Асмодея (рога), «ведьма с козьей бородой», возможно, отсылает к Старушке. Пляшущая вприсядку мельница напоминает арзамасские прозвища Эоловой Арфы, Очарованного челнока и Дымной печурки. Последние два стиха XVI строфы содержат очередные отсылки к арзамасской традиции:

Там карла с хвостиком, а вот
Полужуравль и полукот...

В последней строке можно увидеть редуцированный намек на Ивикова журавля и Резвого кота. А указательное местоимение предыдущего стиха, выделенное дважды – ударением и *enjebement*'ом, является арзамасским прозвищем В.Л. Пушкина. В следующей строфе оно повторится трижды в виде анафоры. Риторически оба текста строятся по принципу нарастания, нагнетания страшных образов с помощью повторяющихся указательных местоимений. Сравним, в речи Кассандры: «И *там*, на первом месте приведение <...>, *там* кто-то стонает и мычит <...>, А *там* Журавль <...>, а *там* един-

¹ «Арзамас»: сборник. – С. 338 – 339.

² «Арзамас»: сборник. – С. 325.

³ «Арзамас»: сборник. – С. 325.

⁴ «Арзамас»: сборник. – С. 276 – 277.

⁵ «Арзамас»: сборник. – С. 347.

⁶ «Арзамас»: сборник. – С. 329.

ственная ветреная Арфа <...>, там Громобой-самоубийца <...>»; в сне Татьяны: «Тут остов <...>, / Там карла <...>, / Вот рак верхом на пауке, / Вот череп <...> / Вот мельница <...>». В середине перечня оба текста прерываются восклицанием, обещающим еще более поразительные образы: «И вот новое чудное зрелище» – «Еще страшней, еще чуднее».

Примечательно, что первую строку XVII строфы Пушкин многократно переделывал. Вот какие варианты первой строки описаны в академическом издании сочинений Пушкина:

Там крысы в розовой ливрее
Там петухи в цветной ливрее
Там ворон в голубой ливрее
Там суетливый еж в ливрее¹

Еще один черновой вариант начала XVII строфы:

Там змей в очках, там еж в ливрее,
Там филин на крылатом змее².

Очевидно, автор хотел продолжить ряд перечислений, начатый в предшествующей строфе, об этом свидетельствует неизменное указательное «там». Он настойчиво перебирает варианты с указательным местоимением. Речь Блудова, включенная в протокол заседания, пестрит указаниями «там»: «А там Журавль с другим Хвостовым на носу, а там единственная ветреная Арфа, без злодейств и без струн, и, наконец, там Громобой-самоубийца...»³ Однако в окончательном варианте Пушкин меняет указательное *там* на указательное *вот*, что также соотносится со стилистикой арзамасских протоколов. И более того, «Бедный Вот!» – очередное имя В.Л. Пушкина, произнесенное Д.Н. Блудовым на заседании.

Черновики «Евгения Онегина» демонстрируют, что Пушкин многократно переделывал и описание чудовищ. Так, в последней строке XVI строфы первоначально были «Полужуравль и полукрот», последнее слово было заменено на «полукот». Как уже было отмечено, одна из редакций начала XVII строфы такова: «Там змей в очках, там еж в ливрее, / Там филин на крылатом змее». Эти строки выбиваются из стилистики сна в силу своей некоторой «скажочности» и моносемантизма, поэтому в окончательном варианте оказался «Череп на гусиной шее». Конечно, без подробного анализа черно-

виков Пушкина нельзя сказать, как развивалась его мысль. Но можно предположить, что некоторые из образов (красный колпак, гусь, череп) актуализировали арзамасский подтекст сна Татьяны и «высветили» его в других окружающих мотивах.

Именно с помощью стилистики и фразеологии «Арзамаса» описание «страшного и чудесного» сна Татьяны становится более выразительным: атмосфера безудержной игры со словом (в том числе, и сакральным⁴), карнавализация ритуалов, травестийность текстов пронизывали всю деятельность Общества. В обстановке полной свободы, при торжестве смехового и пародийного начала появилась и оформилась «бесценная галиматья» арзамасских речей, нашедшая отражение и в тексте сна Татьяны.

А.С. Пушкин как полноправный член «Арзамаса» появился только к концу существования общества (ему дали прозвище из баллады «Светлана»). Последний протокол заседания был написан в августе 1817 г., как раз спустя немного времени после окончания Пушкиным лицея. Однако лицейское и более позднее творчество Пушкина пронизано идеями, иронией и стилистикой «Арзамаса». По воспоминаниям современников восстановлен небольшой отрывок из речи Пушкина, произнесенной при вступлении в «Арзамас» («Венец желаням! Итак, я вижу вас, // О други смелых муз, о дивный Арзамас! // Где славил наш Тиртей кисель и Александра, // Где смерть Захарову пророчила Кассандра, // в беспечном колпаке, // С гремушкой, лаврами и розгами в руке»). Кроме того, остался черновой набросок письма арзамасцам, датированный 20 сентября 1820 г.: «В лето 5 от Липецкого потопа – мы, превосходительный Рейн и жалобный Сверчок, на лужице города Кишинева, именуемой быком, сидели и плакали, вспоминая *тебя, Арзамас*, ибо благородные гуси величественно барахтались перед нашими глазами в мутных водах упомянутой речки. Живо представились им ваши отсутствующие превосходительства, и в полноте сердца своего положили они уведомить о себе членов православного братства, украшающих берега Мойки и Фонтанки...».

И по стихотворным отрывкам, и по черновику письма видно, как виртуозно Пушкин владел стилистикой и фразеологией литературного общества. Он непринужденно включает в свои тексты прозвища арзамасцев Д.Н. Блудова

¹ Пушкин А.С. Полное собрание сочинений. В 10 т. Т. 5. – М.-Л. – С. 588.

² Пушкин А.С. Полное собрание сочинений. В 10 т. Т. 5. – М.-Л. – С. 589.

³ «Арзамас»: сборник. – С. 338 – 339.

⁴ См.: Проскурин Олег. Новый Арзамас — Новый Иерусалим (религия общества «Арзамас») // Новое литературное обозрение. 1996. – № 19. – С. 73 – 129.

(Кассандра) и М.Ф. Орлова (Рейн), аллюзии на стихотворения В.А. Жуковского («Овсяный кисель», «Императору Александру») и комедию А.А. Шаховского («Урок кокеткам или Липецкие воды»), принятое в кругу членов общества обращение «превосходительства». А сам повод к написанию письма – это созерцание гусей, чье «барахтание» вызвало у арзамасцев воспоминание о своем литературном обществе. Кроме того, Пушкин мастерски воссоздает стилистику аразамасских протоколов, большая часть которых была написана В.А. Жуковским, и речей вступающих в члены «Арзамаса». Письмо начинается («В лето 5 от Липецкого потопа») подобно тому, как начинались протоколы заседаний общества безвестных людей (например: «Месяца Лютого в 24 день, от Липецкого потопа в лето первое, от Видения в месяц четвертый, в доме его превосходительства Кассандры был осьмой ординарный Арзамас»¹). Пушкин соединяет в стихотворении и письме высокий и низкий

стили, что было характерным признаком арзамасских протоколов. Сравним: у Пушкина «... благородные гуси величественно барахтались...» и в протоколе В.А. Жуковского при описании процедуры посвящения Ивикова Журавля (Ф.Ф. Вигель) в арзамасцы: «Вид его скромн; поступь тихая и благопристойная; сей Журавль, конечно, будет с политическою исправностью таскать из болота халдейского всех тех лягушек, которых кваканье будет надоедать Арзамасу»².

Таким образом, мотивы, стилистика, метафорика и вся пародийная атмосфера «Арзамаса» была близка Пушкину еще в его бытность лицеистом. Он легко владел этим языком, как и другими. Поэтому, действительно, при всей многозначности образов сна Татьяны «соблазнительно» увидеть в двух онегинских строфах реминисценцию литературного быта арзамасского общества безвестных людей.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. «Арзамас»: сборник. В 2 кн. Кн. 1. Мемуарные свидетельства; Накануне «Арзамаса»; Арзамасские документы / Вступ. статья В. Вацуро. – М.: Худож. лит., 1994. – 606 с.
2. Благой, Д. Социология творчества Пушкина. Этюды. – М.: Федерация, 1929. – 266 с.
3. Бродский, Н.Л. «Евгений Онегин» роман А.С. Пушкина: Комментарий: научно-методическое издание. – М.: Мультипратура, 2005. – 352 с.
4. Гершензон, М.О. Статьи о Пушкине / М.О. Гершензон, вступ. статья Л. Гроссмана. – Л.: Государственная академия художественных наук. История и теория искусств. – Вып. 1, 1926. – 123 с.
5. Лотман, Ю.М. Роман А.С. Пушкина «Евгений Онегин»: Комментарий: пособие для учителя // Лотман Ю.М. Пушкин: Биография писателя; Статьи и заметки, 1960 – 1990; «Евгений Онегин»: Комментарий. – СПб.: Искусство, 1995. – С. 472 – 762. – Режим доступа: <http://febweb.ru/feb/pushkin/critics/lot/lot-472-.htm>
6. Маркович, В.М. О мифологическом подтексте сна Татьяны // Болдинские чтения. - Горький: Волго-Вятское книжное изд-во, 1981. – С. 69 – 81.
7. Набоков, В.В. Комментарий к роману А.С. Пушкина «Евгений Онегин» / пер. с англ. – СПб.: Искусство – СПб, Набоковский фонд, 1998. – 928 с.
8. Проскурин, О. Новый Арзамас — Новый Иерусалим (религия общества «Арзамас») // Новое литературное обозрение. - 1996. – № 19. – С. 73 – 129. - Режим доступа: <http://krotov.info/history/19/1810/1815pros.html>
9. Пушкин, А.С. Полное собрание сочинений: в 10 т. Т. 5. Евгений Онегин. Драматические произведения. – М. – Л.: Издательство Академии Наук СССР, 1950. – 622 с.
10. Чумаков, Ю.Н. «Сон Татьяны» как стихотворная новелла // Чумаков Ю.Н. Стихотворная поэтика Пушкина. – СПб.: Государственный Пушкинский театральный центр в Санкт-Петербурге, 1999. – 432 с.
11. Яблонский, Г., Лахтикова, А. Сон Татьяны: «магический кристалл» и преобразование // Новый Журнал, “The New Review”, 236, September. – 2004. – Режим доступа: https://docviewer.yandex.ru/?url=http%3A%2F%2Fwww.gyabl.com%2FAlmanac_1%2FEssays%2FYablonsky_TatianassDrFin10withDiam.doc&name=Yablonsky_TatianassDrFin10withDiam.doc&lang=ru&c=56d31b1a99f6

¹ «Арзамас»: сборник. – С. 325.

² «Арзамас»: сборник. – С. 276 – 277.

УДК: 81.42
ББК: Ш100.3

Карамова А.А.

МАНИПУЛЯТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ГРАММАТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ В СОВРЕМЕННОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Karamova A.A.

MANIPULATIVE POTENTIAL OF GRAMMAR RESOURCES IN THE CONTEMPORARY POLITICAL DISCOURSE

Ключевые слова: политический дискурс, манипулятивность, суггестия, грамматические средства манипулятивности, манипулятивный потенциал, манипулятивные стратегии, стратегия имплицирования, стратегия редуцирования, манипулятивные местоимения, манипулятивные синтаксические конструкции.

Keywords: political discourse, manipulative capacity, suggestion, manipulative grammar resources, manipulative potential, manipulative strategies, implication strategy, reduction strategy, manipulative pronouns, manipulative syntactical structures.

Аннотация: в статье рассматривается манипулятивный потенциал грамматических средств в современном политическом дискурсе. В политическом дискурсе в манипулятивных целях могут использоваться местоимения «мы», «наш», «все», неопределенно-личные и пассивные конструкции, конструкции с номинализацией, с конвенциональными и коммуникативными импликатурами, повторы, высказывания-коммуникации, антитезы, цитаты и др. Обладая высоким суггестивным потенциалом, они привлекаются для реализации таких манипулятивных стратегий, как имплицирование, редуцирование, снятие ответственности, навязывание оценок, дистанцирование, установление контакта и др.

Abstract: the article considers the manipulative potential of grammar resources in the contemporary political discourse. The pronouns we, our, everybody/everything, indefinite-personal, passive, nominalization, conventional and communicative implicature constructions, repetitions, statement-communications, antithesis, quotations can be used for manipulative purposes in political discourse. Since these means possess high suggestive potential, they are involved in such manipulative strategies realization as implication, reduction, obscuration of responsibility, assessment inflicting, distancing, contact establishing, etc.

Манипулятивность — одна из основных особенностей современного политического дискурса (ПД), наряду с идеологичностью, оценочностью, экспрессивностью¹. Под манипулятивностью понимают «вид психологического воздействия, искусное исполнение которого ведёт к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями»². Если ставить во главу угла способы осуществления манипуляции, то под ней следует понимать прежде всего манипуляцию речевую, поскольку манипуляция осуществляется главным образом в речи, путём такого использования и оформления языковых средств, которое способно оказать скрытое психологическое воздействие.

Сама языковая система не располагает специфическими средствами, изначально «за-

думанскими» как манипулятивные (как, например, оценочные слова и конструкции, предназначенные для оценки др.). В языке есть средства с определённым суггестивным (внушающим) потенциалом, которые, привлекаясь к реализации манипулятивных стратегий, становятся средствами манипуляции. Это могут быть не только лексико-фразеологические, но и грамматические средства³.

Рассмотрим грамматические средства манипуляции современного ПД.

Местоимение мы-инклюзивное (включающее собеседника). Применительно к ПД данное значение может быть уточнено как «мы-партия + народ», где «партия» имеет общее институциональное значение. На манипулятивную

¹ Карамова А.А. Современный политический дискурс (конец XX — начало XXI вв.): дисс. ... д-ра филол. наук: 10.02.01. — Уфа, 2013. — 411 с.

² Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. — М.: ЧеРо, Изд-во МГУ, 1997. — С. 59.

³ Карамова А.А. Манипулятивный потенциал политической метафоры // Международный научно-исследовательский журнал. №7 (38). Ч.4 — Екатеринбург, 2015. — С. 44-45; Карамова А.А. Реализация манипулятивного потенциала местоимений в политическом дискурсе // Язык и литература в поликультурном пространстве. Вып. 10. — Бирск, 2015. — С. 55-57.

сущность *мы*-инклюзивного, где субъект объединяется с объектом, совпадает с ним, указывает ряд исследователей¹. Определённое нами значение «*мы*-партия + народ» наглядно демонстрирует характер манипулятивной природы *мы*-инклюзивного. Субъект политической коммуникации («*мы*-партия») позиционирует себя как единое целое с адресатом («народом») с целью установления контакта.

Анализ функционирования *мы*-инклюзивного в текстах официальных программ политических партий, выступлений идеологов (всего свыше 150 употреблений) позволяет сделать следующие наблюдения. В контексте подобно *мы* приобретает разные смыслы.

1. «*Мы-партия*» - свои, из народа, вместе с народом. Этот смысл проявляется в случаях, когда «*мы-партия*» приобщается к народу:

- путём определения «*мы*» как объединения граждан: ***Мы граждане одной страны!*** (Программа партии «Российская социалистическая партия»);

- путём указания на общность интересов, забот «*мы-партии*» и народа: *Как видите, товарищи, начался рост производства продукции, которого **мы** по большинству важнейших показателей не имели долгие годы* (М.С. Горбачёв. 1987);

- путём отсылки к общему прошлому «*мы-партии*» и народа: ***За нашими плечами*** – богатейший опыт тысячелетней истории нашей страны. ***За нами*** – родная земля и вдохновляющий пример наших героических предков... (Программа партии «Патриоты России»); *Масовый героизм советских людей в Великой Отечественной войне, успешное восстановление народного хозяйства и дальнейшее развитие страны вновь доказали исторические преимущества выбранного **нами** социалистического пути развития* (Программа КПРФ);

- путём указания на общее будущее «*мы-партии*» и народа: *Между тем, героический опыт наших великих предков предвещает России великое будущее. И для этого у нас имеются все необходимые условия* (Программа партии «Патриоты России»); ***Мы в ответе за наше будущее!*** (Программа партии «Российская социалистическая партия»).

2. «*Мы-партия*» - во имя народа, поскольку задачи партии – народные задачи. Это попытка «*мы-партии*» приобщить народ к ре-

шению своих задач, сделать его своим соратником, продемонстрировав необходимость решения именно этих задач и именно этим способом: *Для укрепления статуса страны **мы** должны начать кормить другие страны не только нефтью!* (Программа партии «Российская социалистическая партия»); ***Нам необходимо прийти к общественному согласию в отношении прошлых, современных и будущих ценностей*** (Программа партии «Рождённые в СССР») и др.

Во всех рассмотренных случаях употребления «*мы*» в значении «*мы-партия* + народ» явно усматривается попытка «*мы-партии*» привлечь народ на свою сторону, либо приобщившись к нему, его заботам, чаяниям, продемонстрировав, что «*мы-партия*» - тоже народ с теми же интересами, проблемами («*мы-партия*» - свои, из народа, вместе с народом – 42% употреблений); либо приобщив народ к своим идеям, привлекая к решению своих задач (делая их общими), возводя народ до статуса соратника («*мы-партия*» - во имя народа – 58% употреблений). Употребление «*мы*» в таких случаях, на наш взгляд, – это внушение народу-адресату мысли о его сопричастности миру политики, решению важных государственных задач, о том, что его интересы учитываются, что всё, что ни делается в политике – во имя его и блага России.

Местоимение *наш*. Манипулятивным целям может служить также соответствующее *мы*-инклюзивному притяжательное местоимение *наш*, употребляясь в следующих значениях:

1. «Принадлежащий *мы-партии* + народу»:

- «наша страна»: *Вдохновителями анти-советских сил в нашей стране были США и их союзники, западные спецслужбы* (Программа КПРФ); *История вновь поставила народы нашей Родины перед тем же выбором, что и в 1917, и в 1941 ...* (Программа КПРФ) и др.;

- «кто, что имеет отношение к нашей стране»: *Однако наша экономика ещё продолжала отставать от экономики ведущих капиталистических государств* (Программа КПРФ); *...в силу климатических условий, когда себестоимость нашей продукции всегда будет выше зарубежной, государство должно поддерживать национального товаропроизводителя...* (Программа ЛДПР) и др.;

- «наши действия»: ***Нашими общими усилиями XXI век должен стать веком величия и процветания России*** (Программа партии «Единая Россия»); ***В нашей совместной борьбе - залог победы над силами глобального капитализма*** (Программа партии «Коммунисты Рос-

¹ Михалёва О.Л. Политический дискурс: Специфика манипулятивного воздействия. – М.: Книжный дом ЛИБРОКОМ, 2009. – С. 82-84; Чернявская В.Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия: учебное пособие. – М.: Флинта: Наука, 2006. – С. 48-50.

сии») и др.

- «мы-партия + народ». В данном случае местоимение *наш* синонимично *мы*-инклюзивному (субъект мыслится как часть народа, приобщаясь к нему); это проявляется в сочетании *наш народ*: *Только одни эти мероприятия смогут резко повысить уровень жизни нашего населения в течение ближайших 2-3 лет* (Программа ЛДПР); *Россия должна взять на себя ответственность за судьбы наших соотечественников в бывших советских республиках...* (Программа ЛДПР).

Местоимение все. Стратегии установления контакта, подобно местоимениям *мы*-инклюзивному, *наш*, может служить местоимение *все* «мы-партия + народ»: *...за последние годы мы все, народ России – многого добились в решении первоочередных, неотложных задач* (В.В. Путин. 2012); *Мы, всем надоела демагогия* (Г.А. Зюганов. Россия 1. Поединок).

Таким образом, местоимения в ПД способны выполнять манипулятивную функцию, реализуя стратегию установления контакта путём приобщения к адресату. Эту роль выполняет местоимение *мы*-инклюзивное с общим значением «мы-партия + народ», соответствующее ему по значению притяжательное местоимение *наш* с общим значением «принадлежащий мы-партия + народу», местоимение *все* «мы-партия + народ».

Неопределённо-личные и пассивные конструкции. На манипулятивный потенциал этих типов конструкций указывает ряд исследователей¹. Рассмотрим их подробнее.

1. Неопределённо-личные конструкции (структурная схема - V_{флз}, сказуемое выражено спрягаемым глаголом в форме 3 лица множественного числа), где с помощью $\emptyset_{3\text{мн}}$ (нулевой позиции подлежащего, согласованного с формой 3 лица множественного числа сказуемого) «создаётся фантомный образ противника и происходит его исключение из личной сферы говорящего»². Показательно при этом, что «рефе-

рент $\emptyset_{3\text{мн}}$ – это всегда «другие», использование $\emptyset_{3\text{мн}}$ выражает своего рода «отчуждение» (Т.В. Булыгина, А.Д. Шмелёв)³. Естественно, что глагол-сказуемое будет выражать негативное, с точки зрения говорящего, действие, чаще всего:

- пагубное воздействие ($\approx 35\%$ от общего числа проанализированных употреблений неопределённо-личных конструкций, равного более 100 примерам): *Ввергли нашу страну в яму* (Россия 1. 2011. 25 апреля); *20 лет назад незаконно расчленили СССР – какая польза от этого и, главное, кому?* (В.В. Жириновский. 2012) и т.п.;

- отрицательное речевое действие ($\approx 38\%$ от общего числа проанализированных употреблений неопределённо-личных конструкций): *Нам постоянно врут. Говорят, что всё хорошо, что у нас стабильность, что скоро будет ещё лучше... Нас кормят мифами и сказками* (В.В. Жириновский. 2012); *У нас кандидатов обливают ушатом грязной лжи* (О. Епифанова. Россия 1. 2011. 29 ноября) и др.

Таким образом, субъект не только очерчивает зоны отчуждения - действия и слова - окрашивая их в негативные тона (что явно работает на манипулятивную стратегию редуцирования), а ещё и снимает с себя ответственность за эти действия и слова, приписывая их «чужому». Помимо того, неопределённо-личные конструкции как предложения со спрягаемым предикатом участвуют в создании тёмных темпоральных образов: настоящего: *...бюджетникам рекомендуют настоятельно сфотографировать бюллетень, где будет отметка напротив партии «Единая Россия»* (С.М. Миронов. Россия 1. 2011. 29 ноября); прошлого: *Советской эпохе вынесли приговор* (В. Соловьёв. Россия 1. 2011. 25 апреля); будущего: *Но если у людей есть другие политические предпочтения, пожалуйста, обязательно приходите и лично голосуйте. Если вы останетесь дома, за вас решат* (С. Миронов. Россия 1. 2011. 29 ноября).

2. Пассивные конструкции. Этот тип конструкций представлен двумя разновидностями:

- со сказуемым, выраженным глаголом с постфиксом *-ся* в страдательном значении: *Международному противостоянию труда и капитала навязывается форма «войны цивилизаций»...Перераспределяются сферы экономического, политического и военного влияния* (Программа КПРФ):

¹ Баскова, Ю.С. Эвфемизмы как средство манипулирования в языке СМИ: автореферат дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.19 [Электронный ресурс]. – Краснодар, 2006. – Режим доступа: <http://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=62492>; Блакар Р. Язык как инструмент социальной власти // Язык и моделирование социального взаимодействия / Под ред. В.В. Петровой. – М.: Прогресс, 1987. – С. 107; Михалёва О.Л. Политический дискурс: Специфика манипулятивного воздействия. – М.: Книжный дом ЛИБРОКОМ, 2009. – С. 87-90.

² Михалёва, О.Л. Политический дискурс: Специфика манипулятивного воздействия. – М.: Книжный дом ЛИБРОКОМ, 2009. – С. 91.

³ Цит. по: Михалёва, О.Л. Политический дискурс: Специфика манипулятивного воздействия. – М.: Книжный дом ЛИБРОКОМ, 2009. – С. 88.

- со сказуемым, выраженным кратким страдательным причастием: *Ни один народ в мире не вёл столько кровопролитных войн, не переживал столько реформ, не понёс таких потерь и не был столько раз обманут в своих ожиданиях* (В.В. Жириновский. 2012).

На наш взгляд, манипулятивная сущность этого типа конструкций состоит не только в перекладывании ответственности на «чужого», как это обычно отмечают. В отличие от всегда «чужого» референта $\Theta_{\text{зн}}$, референтом агенса страдательных конструкций может оказаться как «чужой», так и «свой» с соответствующими оценочными характеристиками, ср.: *Была ликвидирована массовая неграмотность, осуществлена культурная революция* (Программа КПРФ); *Огромный по важности этап восстановления России пройден, создана основа для стабильного и устойчивого развития страны* (В.В. Путин. 2011) и т.п. – действия, приписываемые «своим» и *Отсюда и хаос, когда не решаются простейшие вопросы или приходится решать некомпетентным людям* (В.В. Жириновский. 2012); *А до чего доведена армия?* (В.В. Жириновский. 2012) – действия, приписываемые «чужим».

Манипулятивная сущность пассивных конструкций, таким образом, кроется в имплицитно заложенной информации о принадлежности субъекта к области своего/чужого. Адресату предлагается домыслить, какой субъект (свой/чужой) кроется «за кадром», с чем адресат легко справляется, опираясь на полярность оценки высказывания. Пассивные конструкции, кроме того, выполняют свою роль и в стратегии редуцирования (в создании положительных/отрицательных образов своего/чужого), частным проявлением которой является перекладывание ответственности на «чужого» (о чём, на наш взгляд, может свидетельствовать превосходство частоты употреблений отрицательно окрашенных пассивных конструкций как характеристики «чужого» над частотой употреблений положительно окрашенных конструкций как характеристикой «своего»; в приблизительном соотношении 1:2,5). Семантика долженствования предиката пассивных конструкций «кем-то должно быть сделано» вовлекает их в реализацию стратегии дистанцирования от выражаемого мнения, снятия ответственности за сказанное: *В обществе должны быть созданы условия для предпринимательства и творчества, обеспечено стимулирование эффективной занятости и развитие современного трудового законодательства* (Программа партии «Единая

Россия»). Таким образом, мы убеждаемся, что пассивные конструкции обладают ещё большей манипулятивной силой, по сравнению с неопределённо-личными.

Конструкции с номинализацией. Номинализация обеспечивает «возможность представить ситуацию как такую, которая не контролируется агенсом»¹.

О номинализации впервые заговорил П. Серио, исследуя советский политический дискурс («деревянный язык», по определению французских постструктуралистов) и выявив в нём две важные идеологически обусловленные грамматические особенности – номинализацию и сочинение².

Понятию номинализации, по замечанию П. Серио, соответствуют 2 основных типа морфологического словообразования: глагол → существительное: *участвовать* → *участие*; прилагательное → существительное: *верный* → *верность*³. Ю.С. Степанов в анализе исследований П. Серио, отмечая факт распространённости данного языкового явления и в других языках, говорит о крайней гипертрофированности масштабов его распространения и особом преломлении в советском ПД⁴. Особое распространение в советском ПД отглагольных номинализаций П. Серио связывает с выражением так называемого «универсального субъекта» (в отличие от «я»), чью пустую позицию может занять «кто угодно», «любой», чем снимается ответственность за сказанное⁵. Таким образом, замена личных форм глаголов на их номинализованные производные ведёт к «исчезновению субъекта, агенса того, о чём

¹ Михалёва, О.Л. Политический дискурс: Специфика манипулятивного воздействия. – М.: Книжный дом ЛИБРОКОМ, 2009. – С. 90.

² Серио, П. Русский язык и анализ советского политического дискурса: анализ номинализаций // Квадратура смысла: Французская школа анализа дискурса / Под ред. П. Серио. – М.: Прогресс, 1999. – С. 337-383; Степанов Ю.С. Альтернативный мир, Дискурс, Факт и принцип Причинности // Язык и наука конца 20 века. – М.: РГГУ, 1995. – С. 35-73.

³ Серио, П. Русский язык и анализ советского политического дискурса: анализ номинализаций // Квадратура смысла: Французская школа анализа дискурса / Под ред. П. Серио. – М.: Прогресс, 1999. – С. 342.

⁴ Степанов, Ю.С. Альтернативный мир, Дискурс, Факт и принцип Причинности // Язык и наука конца 20 века. – М.: РГГУ, 1995. – С. 39.

⁵ Серио, П. Русский язык и анализ советского политического дискурса: анализ номинализаций // Квадратура смысла: Французская школа анализа дискурса / Под ред. П. Серио. – М.: Прогресс, 1999. – С. 360-370.

говорится». А устранение субъекта даёт возможность к дальнейшим идеологическим манипуляциям¹. (Попутно остановимся на другой грамматической особенности ПД, выявленной П. Серию, - сочинении. Ю.С. Степанов, анализируя исследование П. Серию, поясняет суть этого явления следующим образом. Сочинение представляет собой постановку в один сочинительный ряд (с союзом *и* и без него) понятий, не являющихся близкими вне данного контекста: *партия и народ; партия, весь советский народ*. Результатом этого является синонимическое сближение данных понятий, «чем и навевается идея об их действительном соотношении в «жизни», о чём-то вроде их «тождественности»». Кроме того, сочинение может иметь своим следствием так же, как и номинализация, исчезновение субъекта с одновременным исчезновением ответственности за сказанное: я (=Генсек) = ЦК = вся партия = наша страна = мы². Сочинение не столь характерно для современного ПД, как для советского ПД, хотя соответствующие примеры иногда встречаются: *КПРФ уверенно заявляет: Наш народ достоин того, чтобы жить в великом и социалистическом Отечестве!* (Г.А. Зюганов. 2011)).

Номинализация, получившая наибольшее распространение в советском ПД, используется в качестве средства идеологического выражения и за его рамками. Так, исследования в области критического дискурса-анализа уделяют особое внимание номинализации как средству «ослабления или сокрытия ответственности за действия членов группы»³.

Конструкция с номинализацией - конструкция с наиболее затушёванным субъектом. Манипулятивная сущность номинализации, как и в случае с пассивными конструкциями, проявляется в следующем: во-первых, в стратегии имплицитирования субъекта - в возможности замещения позиции субъекта и «своим», и «чужим» (с соответствующими оценками): *Одно из неоспоримых достижений последних десяти-*

летий - это прямое и свободное участие граждан страны в выборах (Д.А. Медведев. 2011) - субъект из области «свой»; *Почему на первом этапе перестройку многие поддержали? А когда увидели, что идёт полный развал, не только отвернулись, но потребовали серьёзных изменений* (Г.А. Зюганов. Россия 1. 2011. 25 апреля); *Если в результате экономического роста богатеют богатые и нищают бедные, то это не экономический рост, а разворовывание страны!* (С.М. Миронов. 2011) - субъект из категории «чужой»; во-вторых, в стратегии редуцирования (создании положительных/ отрицательных образов своего/чужого, в том числе посредством перекладывания ответственности на «чужого» за плохое); в-третьих, в стратегии дистанцирования от выражаемого мнения, снятия с себя ответственности за то, что необходимо сделать: *Поэтому ужесточение миграционного законодательства неизбежно* (В.В. Жириновский. 2012).

Конструкции с конвенциональными импликатурами (пресуппозициями). Рассуждая об импликатурах, мы следуем за позицией О.Л. Михалёвой⁴, рассматривающей манипулятивные возможности импликатур в духе взглядов Г.С. Грайса⁵. Конструкции с конвенциональными импликатурами - это высказывания, где ассерция (утверждение, требующее доказательства, внушаемое утверждение) подаётся под видом пресуппозиции (того, что не требует доказательства). Чаще всего в ПД встречаются такие высказывания, где обозначенным способом имплицитированы оценочные смыслы. Например: *Государство должно регулировать цены* (Г.А. Зюганов) - оценочная пресуппозиция «государство не регулирует цены»; *У нас есть всё для возрождения страны...* (Г.А. Зюганов) - оценочная пресуппозиция «страну надо возрождать, страна в упадке». Чаще всего подобные имплицитные смыслы кроются под предикатом со значением долженствования, обозначая, что указанное предикатом пока не имеет места: *Россия должна стать страной, способной защитить себя, где гарантирована безопасность для каждого человека, где надёжно работают правоохранительные органы, действует справедливая судебная система* (= не является таковой: не способна, не гарантирует, не работают) (Программа партии «Единая Рос-

¹ Степанов, Ю.С. Альтернативный мир, Дискурс, Факт и принцип Причинности // Язык и наука конца 20 века. - М.: РГГУ, 1995. - С. 40.

² Степанов, Ю.С. Альтернативный мир, Дискурс, Факт и принцип Причинности // Язык и наука конца 20 века. - М.: РГГУ, 1995. - С. 40-41.

³ Гаврилова, М.В. Критический дискурс-анализ в современной зарубежной лингвистике. - СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2003. - С.10; Дейк Т. ван. Язык и идеология // Методология исследований политического дискурса: Актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов. Вып. 2. - Мн.: БГУ, 2000. - С. 61.

⁴ Михалёва, О.Л. Политический дискурс: Специфика манипулятивного воздействия. - М.: Книжный дом ЛИБРОКОМ, 2009. - С. 112-118.

⁵ Грайс, Г.П. Логика речевого общения // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVI. Прагматика / Под ред. Е.В. Падучевой. - М.: Прогресс, 1985. - С. 217-237.

сия»); Плюс к этому **следует развивать** малый и средний бизнес... (= не развит) (В.В. Жириновский. 2008); под номинализированным существительным со значением приведения в нормальное состояние: *У нас есть всё для **возрождения** страны: уникальные природные ресурсы, талантливый, трудолюбивый, образованный народ* (= требуется возрождение) (Г.А. Зюганов. 2008); *Возрождение мощи и величия России невозможно без **укрепления** центральной власти, то есть российской государственности* (= требуется укрепление) (В.В. Жириновский. 2008) и т.п.

Таким образом, оценочные пресуппозиции здесь подаются как бесспорный факт, следовательно, способны сформировать у адресата соответствующее отношение к предмету, вызвать у него определённую реакцию; то есть производится опять-таки навязывание оценок.

Конструкции с коммуникативными импликатурами. Сюда мы относим, вслед за упомянутой О.Л. Михалевой, импликатуры, основанные на нарушении Принципов кооперации (по Г.П. Грайсу). Так, один из принципов - постулат количества - гласит: «Твоё высказывание должно содержать не меньше информации, чем требуется». И если преднамеренно нарушается данный принцип, в этом кроется имплицитный смысл, например: *Но делали заявления, что двери НАТО открыты для Грузии, так что...* (Rustavi 2. 2011. 8 августа); *Сегодня кризис. В эту яму попало 200 стран. Только 12 прибавляли. Все страны, которыми руководили социал-демократы, встроившись в спекулятивный американский капитализм, все терпят фиаско, начиная от Греции, Португалии, включая даже Германию и многие другие. Так что...* (Г.А. Зюганов. Россия 1. Поединок. 2011. 29 сентября) и т.д.

Повторы. На суггестивную силу повторов указывает ряд исследователей. Так, Ч. Далекский расценивает повторение как манипулятивную технологию, содержание которой состоит в том, чтобы «преодолеть сопротивление новому и представить новое как известное и полезное»¹. С. Московичи, анализируя психологию масс, говорит о том, что посредством повторов в сознании адресата утверждаются заданные идеи, а также возводится барьер против иных, противоположных идей. В качестве примеров исследователь приводит двух диктаторов - Гитлера и Сталина, речь которых очень много-

словна за счёт повторов обычных тем². Кроме того, повторы способны убедить в логичности чего-то явно нелогичного, скрытом смысле чего-то явно бессмысленного. Именно это, на наш взгляд, имеет в виду С. Московичи, говоря о функции связи мыслей повторения. Например, повтор разнородных слов: «революция» и «религия», «национализм» и «социализм», «марксизм» и «христианство», «евреи» и «коммунисты» - вызовет, с одной стороны удивление у адресата, а с другой, убедит его в некотором скрытом смысле, логике такого совмещения³. Таким образом, повторы не только являются средством выражения экспрессивности, средством актуализации, но также обладают и силой внушения.

Стилистическая фигура коммуникация. Коммуникация (в том числе и вопрос-коммуникация) – это стилистическая фигура, которая служит не только экспрессивным целям, как большинство стилистических фигур, но и манипулятивным. Коммуникация используется для установления контакта с адресатом. Субъект политической коммуникации, вынося на обсуждение актуальные вопросы, приглашает адресата к их совместному решению, внушает адресату мысль о его сопричастности к важным делам политики, например: *Согласитесь, последние три столетия к России относились таким образом: большие, упорные и не до конца понятные* (Д.А. Медведев. 2008); *Давайте **вдохнёмся**: это происходит и на уровне бытового сознания (когда мы, даже не поморщившись, покупаем диски с пиратскими записями)...* (Д.А. Медведев. 2008).

Кроме рассмотренных выше грамматических манипулятивных средств, исследователи выделяют также: антитезу (как реализацию стратегии редуцирования образов «свой/чужой»), утверждение, избыточные повторы, эллипсис, цитаты (как реализация стратегии дистанцирования от выражаемого мнения) и т.д.

Выявленная способность рассмотренных грамматических средств подтверждает факт существования особого манипулятивного потенциала языковых средств, способного к реализации в особых речевых ситуациях.

¹ Далекский, Ч. Риторика: заговоры, и я скажу, кто ты: учебное пособие. – М.: Омега-Л, 2004. – С. 394.

² Московичи, С. Век толп. Исторический трактат психологии масс. – М.: Центр психологии и психотерапии, 1996. – С. 191.

³ Московичи, С. Век толп. Исторический трактат психологии масс. – М.: Центр психологии и психотерапии, 1996. – С. 191.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Баскова, Ю.С. Эвфемизмы как средство манипулирования в языке СМИ: автореферат дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 [Электронный ресурс]. – Краснодар, 2006. – Режим доступа: <http://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=62492>
2. Блакар, Р. Язык как инструмент социальной власти // Язык и моделирование социального взаимодействия / под ред. В.В. Петровой. – М.: Прогресс, 1987. – С. 88-125.
3. Гаврилова, М.В. Критический дискурс-анализ в современной зарубежной лингвистике. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2003. – 241 с.
4. Грайс, Г.П. Логика речевого общения // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVI. Прагматика / под ред. Е.В. Падучевой. – М.: Прогресс, 1985. – С. 217-237.
5. Далецкий, Ч. Риторика: заговоры, и я скажу, кто ты: учебное пособие. – М.: Омега-Л, 2004. – 488 с.
6. Дейк, Т. ван. Язык и идеология // Методология исследований политического дискурса: Актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов. Вып. 2. – Мн.: БГУ, 2000. – С. 50-63.
7. Доценко, Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. – М.: ЧеРо, Изд-во МГУ, 1997. – 344 с.
8. Карамова, А.А. Манипулятивный потенциал политической метафоры // Международный научно-исследовательский журнал. – Екатеринбург, 2015. – №7 (38). Ч.4 – С. 44-45.
9. Карамова, А.А. Реализация манипулятивного потенциала местоимений в политическом дискурсе // Язык и литература в поликультурном пространстве. Вып. 10. – Бирск, 2015. – С. 55-57.
10. Карамова, А.А. Современный политический дискурс (конец XX – начало XXI вв.): дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.01. – Уфа, 2013. – 411 с.
11. Михалёва О.Л. Политический дискурс: Специфика манипулятивного воздействия. – М.: Книжный дом ЛИБРОКОМ, 2009. – 256 с.
12. Московичи, С. Век толп. Исторический трактат психологии масс. – М.: Центр психологии и психотерапии, 1996. – 478 с.
13. Серио, П. Русский язык и анализ советского политического дискурса: анализ номинализаций // Квадратура смысла: Французская школа анализа дискурса / под ред. П. Серио. – М.: Прогресс, 1999. – С. 337-383.
14. Степанов, Ю.С. Альтернативный мир, Дискурс, Факт и принцип Причинности // Язык и наука конца 20 века. – М.: РГГУ, 1995. – С. 35-73.
15. Чернявская, В.Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия. – М.: Флинта: Наука, 2006. – 136 с.

УДК: 82-14
ББК: 84(2Рос=Рус)6

Поздняков К.С.

ПЕРЕОСМЫСЛЕНИЕ ЭЛЕМЕНТОВ ПОЭТИКИ КЛАССИЧЕСКОГО ДЕТЕКТИВА
В ПОВЕСТИ А. КОЗАЧИНСКОГО «ЗЕЛЁНЫЙ ФУРГОН»

Pozdnyakov K.S.

RETHINKING ASPECTS OF POETICS CLASSICAL DETECTIVE IN THE NOVEL
"GREEN VAN" WRITTEN BY A. KOZACHINSKY

Ключевые слова: поэтика, аналитический детектив, пародия, хронотоп, пародия, функция персонажа, дискурс, рамочная конструкция, соцреализм, интерпретация, фокус повествования.

Keywords: poetics, analytic detective, parody, chronotopos, parody, function of person, discourse, framework design, socialist realism, interpretation, focus of narration.

Аннотация: в статье исследуется трансформация элементов поэтики классического (аналитического) детектива в повести А. Козачинского «Зелёный фургон». Данный подход позволяет обратиться непосредственно к художественному миру произведения, минуя историко-биографический контекст (жизненный путь А. Козачинского и Е. Петрова), в рамках которого «Зелёный фургон» рассматривался прежде. Полученные результаты позволяют сделать вывод о том, что приёмы литературной игры, использованные Козачинским, очень близки к соответствующим стратегиям В. Катаева, И. Ильфа и Е. Петрова. Следовательно, «Зелёный фургон» заслуживает дальнейшего тщательного изучения как незаслуженно забытое произведение, связанное с определённой литературной традицией.

Abstract: the article presents research of the transformation aspects of poetics classical (analytic) detective in the novel "Green Van" which has written by A. Kozachinsky. This approach allows to access directly to the art world of composition, blow over historical and biographical context (A. Kozachinsky and E. Petrov's life path) in which "Green Van" had reviewed before. The results we have gotten allow make a conclusion about, that methods of literature game, that Kozachinsky had used, they are so close to suitable to V. Kataev's strategics, also I. Ilf and E. Petrov. So, "Green Van" deserves future precise research as undeservedly forgotten composition, related to certain literary tradition.

Повесть Александра Козачинского «Зелёный фургон» (единственное широко известное произведение писателя), как справедливо отмечает в своей статье «О «Зелёном фургоне» и его авторе» Н.Н. Панасенко¹, традиционно относят к приключенческой прозе с элементами детектива. Сколько-то серьёзные исследования (числом два), которые удалось обнаружить, посвящены не поэтике произведения, а историко-биографическому контексту². Известно, что под именем Володи Патрикеева был выведен Евгений Петров (Катаев), а прототипом конокрада Красавчика являлся сам автор. Однако при внимательном рассмотрении оказывается, что «Зелёный фургон» идеально вписывается в ряд произведений южной (одесско-киевской) школы отечественной литературы не только благодаря

тому контексту, к которому обращаются Н.Н. Панасенко и В. Лебедев, но и собственно художественным особенностям этого недооценённого произведения.

Ю.К. Щеглов, комментируя дилогию Ильфа и Петрова о похождениях Остапа Бендера, отметил заимствование основной сюжетной линии «12 стульев» из новеллы А. Конан Дойла «Шесть Наполеонов» (хотя заимствование это принадлежит не самим соавторам, а В.П. Катаеву, подсказавшему данную завязку)³. Подобные отсылки к приключенческим и детективным произведениям чаще всего носят игровой или подчёркнуто пародийный характер (примеров подобного рода немало приводит всё тот же Ю.К. Щеглов⁴. Достаточно своеобразно использует элементы детективного жанра в своей повести и А. Козачинский.

Исследователи выделяют несколько разновидностей детектива. Не обращаясь подробно

¹ Панасенко, Н. О «Зелёном фургоне» и его авторе // Дом князя Гагарина сборника научных статей и публикаций Одесского литературного музея. Вып. 5. – Одесса, 2009. – С. 148.

² Лебедев, В. Козачинский, А. // URL: <http://odesskiy.com/k/kozachinskij-aleksandr.html> (дата обращения: 20.08.2016).

³ Щеглов, Ю. Романы Ильфа и Петрова. Спутник читателя. – М.: 2009. – С. 88.

⁴ Там же. С. 27, 253, 274.

ко всей имеющейся по истории и теории жанра литературе, остановимся на принципиально важных теоретических пунктах. На момент написания повести (1938 год) Козачинскому, как и советскому читателю, могла быть известна только одна разновидность детектива – это «детективная классика»¹ (определение М.А. Можейко) или «аналитический детектив» (определение В.П. Руднева). Повествование в детективе такого рода «неукоснительно базируется на имплицитной презумпции того, что существует объективная картина преступления, в основе которой лежат определённые действия субъекта-преступника. Собственно, последний выступает своего рода демиургом детективного универсума, ибо задаёт логику свершившихся событий и предписывает им определённый смысл, который сыщик должен расшифровать»². Именно с описанной моделью повествования и работал автор «Зелёного фургона». Поздний, американский боевик-детектив а-ля Дэшил Хэммет ему, благодаря советской цензуре, не мог быть знаком, а уж о модернистском или экзистенциальном детективе в конце 30-х годов XX века и речи быть не могло. Впрочем, доказывать, что именно элементы классического детектива подверглись пародийному переосмыслению, представляется несколько бессмысленным занятием, поскольку отсылки к творчеству Конан Дойла не раз встречаются в тексте «Зелёного фургона», например, «(Шестаков – К.П.) внимательно выслушал историю о баскервильской собаке»³.

В повести использована рамочная конструкция: оставшиеся без света отдыхающие в Гаграх организуют литературный клуб, каждый из членов которого должен поведать историю из своей жизни. Б. Акунин в своём блоге, отдавая должное и повести Козачинского и самому автору, так высказался о первых строчках произведения: ««Зелёный фургон» – приключенческая повесть, которая нахально начинается длинным описанием природы»⁴. Но «Зелёный фургон» сложно назвать остросюжетным/приключенческим произведением, держащим читателя в постоянном напряжении и заставляющим ломать голову над развязкой. В том же вступлении обнаруживается очень тон-

кий юмор, отсылающий к шуткам Мыльниковых переулков и газеты «Гудок»: «В старой гагринской крепости друг против друга расположились два конкурирующих артельных духана: «Феникс» и «Саламандра». Тёмной январской ночью, когда шторм бушевал с особенной силой, «Саламандра», к великой радости «Феникса», сгорела. Духан сгорел со всеми скорпионами, жившими в трещинах крепостной стены. Они были гордостью духана; каждый посетитель, осветив щели спичкой, мог любоваться скорпионами, которые настолько привыкли к аромату шашлыков, запаху красного вина и веселью гостей, что превратились в совершенно безобидных насекомых, вроде сверчков или шелковичных червей. Мрак и пламя скрыли от глаз картину гибели скорпионов, но говорят, что все они, согласно обычаю, покончили самоубийством, ужалив себя в голову и проклиная обманчивое название духана, которому доверились»⁵. Конкурирующие духаны сразу напоминают борьбу двух похоронных компаний из «Двенадцати стульев», а названия духанов семантически связаны с пожаром и заранее предсказывают ход событий. «Феникс», как и птица из мифологии, не боится огня, магическое имя будто защищает духан от пожара. Склопендры чувствовали себя в «Саламандре» как дома, поскольку название отсылало к миру насекомых, и потому последние «доверились» заведению. Однако в буквальной расшифровке «Саламандра» означает «огонь внутри», и опять имя становится роковым, не случайно указано на «обманчивое название», приманившее и погубившее сколопендру. Подобные игры со значениями слов и столкновением бытового события и мифа не характерны для классического авантюрного или детективного повествования. Для А. Козачинского очень важно само построение художественного высказывания, диалог с литературной традицией, скрупулёзное воссоздание хронотопы Одессы 20-х годов (детализированное описание рынка, улиц и районов города и т.д.). Стоит отметить, что сама рамочная конструкция содержит загадку: члены литературного клуба пытаются понять, что же связывает доктора Бойченко с известным писателем Патрикеевым. В данном случае, функцию простака Ватсона выполняет всё сообщество отдыхающих, поскольку их версия оказывается поверхностной и неверной.

Само развёртывание истории о зелёном фургоне тоже предполагает разгадывание. Так как по правилам клуба повесть должна быть из жизни Бойченко, то перед слушателями (и перед

¹ Можейко, М. Детектив // Постмодернизм. – М.: 2001. – С. 213-216.

² Можейко, М. Детектив. С. 213-214.

³ Козачинский, А. Зелёный фургон // Макаров И. Рейд «Чёрного жука»; Козачинский А. Зелёный фургон; Ким Р. Агент особого назначения. – М.: 1990. – С. 129.

⁴ Акунин, Б. Вот раньше были писатели // URL: <http://borisakunin.livejournal.com/146456.html> (дата обращения: 21.08.2016).

⁵ Козачинский, А. Зелёный фургон. С. 107.

читателем) стоит задача – угадать: кем же был доктор в юности. И нужно сказать, что именно эта загадка остаётся главной, поскольку на протяжении основного повествования наблюдается лишь симуляция сюжетных ходов детективного повествования.

Главный герой повести, вчерашний гимназист Володя, сразу проявляет себя как «ученик» Шерлока Холмса: «К сожалению, перед отъездом из Одессы он не сумел раздобыть очков с дымчатыми стёклами, париков и грима, которые могли бы оказаться очень полезными в Севериновке»¹. Центральный персонаж готовится к перевоплощениям в духе Холмса, мастерски менявшего свой облик и постоянно обводившего своего близкого друга Ватсона вокруг пальца: «Поравнявшись с высоким стариком, сидевшим у жаровни, я почувствовал, что меня кто-то дёрнул за пиджак и услышал шёпот:

- Пройдите мимо меня, а потом оглянитесь.

Эти слова я расслышал вполне отчётливо. Их мог произнести только этот старик. (...) Я сделал два шага вперёд и оглянулся. Мне понадобилось всё моё самообладание, чтобы не вскрикнуть от удивления. Старик повернулся так, что лица его не мог видеть никто, кроме меня. И вдруг спина его выпрямилась, морщины разгладились, в тусклых глазах появился их обычный блеск, - возле огня сидел, посмеиваясь над моим удивлением, не кто иной, как Шерлок Холмс»². У Володи получается всё с точностью до наоборот. В качестве маскировки он использует тёплое пальто Шестакова, которое смотрится нелепо в июльскую жару и никакого перевоплощения не получается: «Севериновские самогонщики, любившие посудачить в свободное время на завалинке у входа в угрозыск, видя начальника в пальто Виктора Прокофьевича, из вежливости не здоровались с ним – они притворялись, что не узнают Володю»³. Если Ватсон (как и другие персонажи Конан Дойла) не в состоянии узнать Шерлока, то севериновские мужики специально не замечают Володю, дабы польститься новому начальству. Преображение становится бесполезным спектаклем, в котором севериновцы подыгрывают молодому следователю, оказываясь, в конечном итоге, проницательнее «сыщика». Холмс в совершенстве знает тот мир, в котором играет разные роли, поэтому его перевоплощения каждый раз остаются нераскрытыми, позволяя сыщику собрать необходимые сведения. Володя – это неофит, пытающийся использовать

приёмы Холмса, но совершенно не учитывающий, что для достижения подобных высот необходим профессиональный и жизненный опыт. Фигура переодетшегося Володи – это ожившая пародия на Холмса. В произведениях Конан Дойла замаскировавшегося Шерлока не может узнать никто, у Козачинского главного героя, надевшего для конспирации шестаковское пальто, узнают (на самом деле) все.

Автор-повествователь демонстрирует, что Одесса и её окрестности в принципе не предназначены для методов Шерлока Холмса. Первое же описание Севериновки вызывает ассоциации с преисподней: «никого не удивило бы, если бы местечко, шпыя и дымясь, начало тлеть»⁴. Население деревни вполне сопоставимо с обитателями ада, поскольку все местные жигели производят самогон под покровительством младшего милиционера Грищенко (именно поэтому в Севериновке знаменитое обоняние младшего милиционера даёт странные сбои). Перед нами пародийно сниженная Содом и Гоморра, не город, а деревенька грешников.

В цикле о Шерлоке Холмсе сыщик только однажды вступил в схватку с преступной организацией, возглавляемой интеллектуалом, профессором Мориарти. Симптоматично, что именно это противостояние и оказалось для Холмса смертельным (правда, потом Конан Дойлу пришлось возродить сыщика). Володя же сталкивается не с организованной, а с массовой преступностью, с хаотически действующими силами, одолеть которые можно только с помощью жёстких мер. Методы, почерпнутые Володей из арсенала Холмса, совершенно бесполезны в пространстве Севериновки и Одессы. Уподобляясь литературному персонажу, новый начальник пытается отыскать следы и улики с помощью увеличительного стекла, но единственным следом, который ему удаётся опознать, неизменно остаётся след сапог Грищенко. Роли Мориарти совершенно не соответствует главный уголовник Одессы, убийца Червень. Ни о каких хитроумных операциях преступного гения и речи не идёт. Червень, скорее, сопоставим с персонажами американских вестернов: успех сопутствует ему благодаря умению стрелять, не вынимая руки из карманов. Столкновение протагониста с антагонистом тоже отсутствует, Червень убит в хаотичной перестрелке, а не во время кульминационного поединка один на один.

Итак, претендующий на роль Шерлока Холмса Володя совершенно не выполняет функций гениального сыщика с Бейкер-стрит. Все ключевые события, связанные с преступлениями, происходят либо по чистой случайности

¹ Козачинский, А. Зелёный фургон. С. 113.

² Конан Дойль, А. Человек с рассечённой губой // А. Конан Дойль. Собрание сочинений в десяти томах. Т. 2. – М.: 1993. – С. 121-122.

³ Козачинский, А. Зелёный фургон. С. 140-141.

⁴ Козачинский, А. Зелёный фургон. С. 141.

(очередная незапланированная встреча с Красавчиком, когда Володя опознаёт зелёный фургон), либо благодаря чужим расчётам (Грищенко «унюхивает» самогон, а Володе остаётся только его конфисковать; Шестаков узнаёт местоположение Червня, а главный герой фактически выполняет роль охранника, сдерживая разбушевавшихся бандитов и т.д.). Очевидно, что обладая Володя хоть небольшой долей проницательности, приписанной Конан Дойлем Шерлоку, то ему бы открылись достаточно важные вещи: почему у Грищенко пропадает нюх на самогон, как только они оказываются в Севериновке; после кражи фургона главный герой мог хотя бы записать приметы Красавчика и тогда опознал его в игроке команды Черноморец. Но даже подобные, элементарные моменты ускользают от внимания вчерашнего гимназиста. Таким образом, все старания Володи стать подобием великого Холмса оказываются напрасными и смотрятся пародийно.

Талант главного героя проявляется в другом: начальник уголовного розыска товарищ Цинципер (тоже абсолютно непригодный к своей должности сотрудник, принятый на работу исключительно благодаря своим политическим убеждениям) в восторге от того, как Володя составляет акты с описанием найденных трупов, «он (Цинципер – К.П.) не подозревал, что в Севериновке у него сидит не Шерлок Холмс, а Конан Дойль»¹. Художественный мир «Зелёного фургона» представляет рамочную конструкцию не только в традиционном ключе (рамка, посвящённая литературному клубу в Гаграх + авантюрная повесть), Володя в истории про зелёный фургон (Стоит отметить игровой характер названия. У читателя классических детективов сразу возникнут ассоциации с заглавиями рассказов о Шерлоке Холмсе, сразу создающими атмосферу тайны, загадки. В качестве названия очень часто указан предмет, деталь, которые можно обозначить как указывающий на основной фокус в детективном повествовании: «Шесть Наполеонов», «Пять апельсиновых зёрнышек», «Пёстрая лента», «Берилловая диадема» и т.п. Только зелёный фургон в повести подобных значений не имеет, возникая вместе с Красавчиком и бесследно исчезая после первого ареста конокрада. Думается, что и поиски какого-то символического подтекста в данном названии обречены на провал) фактически пытается выстроить свою жизнь как детективный сюжет с собой самим в роли Шерлока Холмса, используя багаж знаний типичного одесского гимназиста. Таким образом, внимательный читатель может предугадать, что именно писатель Патри-

кеев и был тем самым Володей, поскольку тяга к сочинительству главного героя несомненна и подкреплена ещё несколькими деталями (редактировал журнал «Следопыт» и собирался поступать на филологический факультет).

Представляя себя в роли Шерлока, Володя как автор повести пытается подыскать подходящего исполнителя для реализации функций Ватсона. Изначально на эту роль главным героем запланирован младший милиционер Грищенко: он обозначен как идеальный младший милиционер, обладает фантастическим чутьём на самогон и винтовкой «манлихер» (признак силы и аналог «Оленебоя» из романов Ф. Купера). Сопоставление Грищенко с ещё одним героем зарубежной классики, Кожаным Чулком (Натаниэлем Бампо) Ф. Купера имеет двойное дно. С одной стороны, Володя явно видит в младшем милиционере героическую, исключительную личность, схожую с персонажем американской романтической литературы, но под первым, самым очевидным смысловым рядом просматривается второй. Натти Бумпо в произведениях Купера одинаково хорошо ладит как с индейцами, так и с белыми, его лучшим другом является вождь могикан Чингачгук. В образе Грищенко черты Кожаного Чулка приобретают сниженный, пародийный характер, он и помогает Володе, и прикрывает севериновских самогонщиков, так же находя общий язык с враждующими сторонами, как это делал Натти Бумпо. В произведениях американского романтика персонажи, поначалу относившиеся к Натаниэлю с недоверием, очень быстро убеждаются в его честности и храбрости. Отношение к младшему милиционеру Володи меняется прямо противоположным образом: от полного доверия к сильному и бывалому напарнику до полного неприятия и ареста трусоватого и предавшего общее дело лица-мера.

Зацикленность Грищенко на поиске вещественных доказательств – деталь неслучайная. Ведь первое же упоминание милиционера в повести звучит следующим образом: «в распоряжении районного розыска находятся серая кобыла Коханочка с кавалерийским седлом и ремненной плёткой и младший милиционер Грищенко»². Грищенко в данном фрагменте не только приравнивается к кобыле, но и в этом унижительном для человека перечне занимает второе место. Таким образом, повествователь подсказывает, что толку от младшего милиционера будет мало. В данном случае, как автор, так и внимательный читатель знают и понимают больше, чем наивный Володя. Являясь приверженцем идеи о том, что всё в мире временно, а

¹ Козачинский, А. Зелёный фургон. С. 138.

² Козачинский, А. Зелёный фургон. С. 112.

значит и «вещдоки» легко можно выдавать во временное пользование (Грищенко легко переходит границы юридического и просторечного дискурсов), младший милиционер и сам оказывается «в распоряжении розыска», им самим временно пользуются.

Вторым кандидатом на роль Ватсона становится Шестаков, которого Володя даже пытается обучать тому, что сам вычитал из классических детективов. Нетрудно заметить, что Грищенко и Шестаков представляют собой две полные противоположности, представленные далее:

Грищенко

«строен, могуч и ловок»

«английские военные ботинки»

«олицетворение фронтовой доблести»

«корыстная и насмешливая дружба»

Шестаков

«близорук, кособок и немного смешон»

«деревянные сандалии, «стукалки»

«немолодой, болезненный человек»

«искренняя привязанность»

Однако оба кандидата не годятся на роль наивного Ватсона. Грищенко разыгрывает с Володиной номер, подобный классическим «номерам» Холмса: он в точности описывает стремительно промелькнувший перед Володиным взглядом зелёный фургон. Младшему милиционеру, особо внимательному ко всему вещественному, конечно же, хорошо знаком угнанный Красавчиком транспорт, но изумлённый приведёнными деталями Володя не в состоянии объективно взглянуть на ситуацию. Изучение деталей для Холмса было лишь началом логического суждения, в то время как для Грищенко на описаниях «вещдоков» всё и заканчивается, никакого рассказа о прежних обладателях фургона читатель, конечно же, не услышит.

Шестаков и вовсе добивается больших успехов, чем главный герой, обнаружив похищенную лошадь и установив местоположение Червня. Нелепые суждения Виктора Прокофьевича («Не человек произошёл от обезьяны, а обезьяна от человека. Огурцы вредны»¹ вполне сопоставимы с аналогичными высказываниями Холмса в повести «Этюд в багровых тонах»². И Шестаков, и Шерлок Холмс используют в своей работе только те знания, которые действительно могут пригодиться, хотя шестаковский список может вызвать лишь смех, а признание гениального сыщика в том, что он невежда в определённых областях знания, лишь подогревают ин-

терес Ватсона и ведомого доктором читателя. Именно Виктор Прокофьевич, прагматично подошедший к работе в угрозыске, разрабатывает те стратегии, которые действительно срабатывают в отношении одесского криминального мира. Но естественно методы Шестакова абсолютно не соответствуют представлениям Володи о дедукции и криминалистике.

Подытоживая данные наблюдения, можно отметить, что именно главный герой с его наивностью и оторванностью от реального мира в большей степени выполняет функции Ватсона – персонажа, которому приходится всё объяснять и подсказывать. Такие смещения функций характерны для всей повести и выводят на главную тему произведения.

Одесса 20-х годов в изображении Козачинского представлена как вывернутый наизнанку или перевернутый мир: тут не моют улицы, не ходят утренние трамваи. Персонажи тоже оказываются не на своих местах: гимназисты и метранпажи ловят преступников, среди которых также оказываются вчерашние гимназисты и участники футбольных команд. Законы логики, холмсовской «дедукции» не работают, поскольку порядок в этом мире вообще пока не установлен. В финале Патрикеев так характеризует воскрешённое его приятелем прошлое: «То были трудные годы для юношей, и многие из нас занимались не тем, чем надо. Советская власть помогла нам найти место в жизни»³. Понятно, что в 1938-м году нельзя было обойтись без морали подобного рода, однако из текста самой повести становится ясно, что занимались «не тем, чем надо» не только Красавчик, но и остальные персонажи произведения. Литературная игра с жанровым канонами классического детектива позволила Козачинскому уйти от реализма, не демонстрируя жестокости описанного периода. В самой идее повести многое заимствовано из «Одесских рассказов» Бабеля. Козачинский не использовал жаргон Молдаванки, хотя некоторые фразы Красавчика указывают на то, что автор потенциально им владеет («Побей меня гром, разве ж это был мой побег? Это ж был ихний побег. Берут меня из камеры и дают мне конвой – женщину милиционера. Это же просто насмешка!»⁴). Человеческое и поэтическое в повести, как и в «Одесских рассказах» оказывается сильнее жестокости хаоса изменённого времени. Поэтому Бенья Крик оплакивает и хоронит Мугинштейна⁵, а Красавчик не стреляет в Володю из потеряннотого манлихера, а идёт сдаваться.

¹ Козачинский, А. Зелёный фургон. С. 127.

² Конан Дойл, А. Этюд в багровых тонах // А. Конан Дойл. Собрание сочинений в 14 томах. Т. 1. – М.: 1998. – С. 39-154.

³ Козачинский, А. Зелёный фургон. С. 169.

⁴ Козачинский, А. Зелёный фургон. С. 163.

⁵ Бабель, И. Как это делалось в Одессе // И. Бабель. Малое собрание сочинений. – СПб.: 2014. – С. 23-25.

Думается, что данная статья подтверждает предположение о том, что «Зелёный фургон» - это нечто большее, чем приключенческая повесть с элементами детектива. Своеобразие по-

этики данного произведения позволяет поставить его в один ряд с лучшими текстами одесских литераторов первой половины XX века.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Ардов, М. Всё к лучшему... - М., 2006.
2. Бабель, И. Малое собрание сочинений. - СПб., 2014.
3. Борхес, Х.Л. Детектив // Х.Л. Борхес. Библиотека Вавилонская. - М., 2005. - С. 303-313.
4. Кинг, Ч. Одесса: величие и смерть города грёз. - М., 2014.
5. Козачинский А. Зелёный фургон // Макаров И. Рейд «Чёрного жука»; Козачинский А. Зелёный фургон; Ким Р. Агент особого назначения. - М., 1990. - С. 105-170.
6. Конан Дойл, А. Этюд в багровых тонах // А. Конан Дойл. Собрание сочинений в 14 томах. - М., 1998. Т. 1. - С. 39-154.
7. Конан Дойль, А. Человек с рассечённой губой // А. Конан Дойль. Собрание сочинений в десяти томах. - М., 1993. Т. 2. - С. 118-140.
8. Можейко, М. Детектив // Постмодернизм. - М., 2001. - С. 213-216.
9. Олеша, Ю. Ни дня без строчки // Ю. Олеша. Зависть; Три толстяка; Воспоминания; Рассказы. - М., 2013.
10. Панасенко, Н. О «Зелёном фургоне» и его авторе // Дом князя Гагарина сборника научных статей и публикаций Одесского литературного музея. Вып. 5. - Одесса, 2009.
11. Петров, Е. День борьбы с мухами. - М., 2009.
12. Петров, Е. Фронтовой дневник. - М., 2013.
13. Синявский, А. Литературный процесс в России // А. Синявский. Литературный процесс в России. - М., 2003. - С. 176-204.
14. Шаргунов, С. Катаев. - М., 2016.
15. Щеглов, Ю. Романы Ильфа и Петрова. Спутник читателя. - М., 2009.

УДК: 070:654
ББК: 76.01/031

Баканов Р.П.

ПРИЕМЫ РАБОТЫ НА АУДИТОРИЮ В ТВОРЧЕСТВЕ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ КРИТИКОВ «КОМСОМОЛЬСКОЙ ПРАВДЫ» И «ТРУДА»

Bakanov R.P.

WORK ON THE AUDIENCE IN THE WORKS TELEVISION CRITICS OF "KOMSOMOLSKAYA PRAVDA" AND "TRUD"

Ключевые слова: медийная критика, телевизионная критика, заголовок, оценка, качество, телепередача, аудитория, метафора, восприятие медиатекста, «Комсомольская правда», «Труд».

Keywords: the media criticism, the television criticism, headline, evaluation, quality, television broadcasting, audience, metaphor, media reception, "Komsomolskaya pravda", "Trud".

Аннотация: в настоящей статье на основе анализа 392 публикаций в федеральных газетах выявлены и проанализированы приемы работы на аудиторию, содержащиеся в творчестве телевизионных критиков общественно-политических газет «Комсомольская правда» и «Труд». Автором статьи установлено, что критики в каждой из своих статей использовали несколько приемов, в совокупности направленных на эффективное восприятие содержащейся там информации. Например, придумывали образные заголовки, использовали различные средства художественной выразительности. А вот в лидах драматургии не было.

Abstracts: in this article based on the analysis of articles in 392 in national newspapers methods of work on the audience identified and analyzed, which have in the articles of three Russian television critics socio-political newspaper "Komsomolskaya Pravda" and "Trud". The author of the article found critics using several techniques, collectively aimed at effective perception of the information contained therein of each of your articles. For example, we come up with imaginative titles, used various means of artistic expression. But in lidah drama was not.

Несмотря на то, что содержащие оценки телевизионного вещания статьи начали регулярно публиковаться в отечественных газетах и журналах еще с 1990 г., журналистская критика СМИ в России до сих пор находится, на наш взгляд, в стадии становления. В наших предыдущих работах мы постарались доказать это¹²³. К тому же современная критика СМИ (медий-

ная критика) пока так и не установила четких критериев анализа телевизионных передач, ее жанровое разнообразие не богатое. Ранее мы выяснили, что каждую неделю в известных федеральных изданиях помещается в среднем 11-13 статей с оценками качества телепередач или работы их ведущих. Но содержащиеся там авторские выводы не получают практику широкого общественного обсуждения, оставаясь текстами с величиной аудитории, ограниченной количеством читателей конкретного печатного СМИ. В медийную «повестку дня» такие публикации попадают крайне редко: за десять лет можно вспомнить всего два примера. Первый из них связан с публикацией продюсером А. Цекало своего «Открытого письма-романа телекритикам», в котором он, используя стеб, высмеял работу телекритиков⁴. Широкого обсуждения этого текста не получилось, было только несколько сообщений по радио, публикаций в профессиональных изданиях и два ответа критиков через издания, в которых они обычно пе-

¹ Баканов, Р.П. Медийная критика в российской прессе: проблемы становления // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия Гуманитарные науки. Выпуск 7. – Белгород: Изд-во БелГУ, 2010. – № 18 (89). – С. 183-197.

² Баканов, Р.П. Развитие телевизионной критики в федеральной печати 1990-х гг.: становление структуры специальных рубрик // Информационное поле современной России: практики и эффекты: Сборник статей XII Международной научно-практической конференции, 15-17 октября 2015 г. / под ред. Р.П. Баканова. Казань: Казан. ун-т, 2015. – С. 100-109.

³ Баканов, Р.П. Слагаемые эффективности творческой деятельности медийного критика // Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – № 21 (312). Филология. Искусствоведение. Вып. 80. – С. 55-66.

⁴ Цекало, А. Открытое письмо-роман телекритикам // Комсомольская правда. – 2009. – 14.12. – С. 18.

чатаются. Второй пример связан с неожиданным снятием публикации в газете «Известия» очередной критической заметки И. Петровской под названием «Повесть о президенте». Видимо, редакция газеты не решилась опубликовать статью с отрицательной оценкой фильма Н. Михалкова, приуроченного ко дню рождения В. Путина. Неопубликованный текст И. Петровской оперативно разместили в своих сетевых дневниках журналисты радиостанции «Эхо Москвы», международного радио «Свобода» и другие авторы в блогах. Возможно, такой общественный резонанс привел к тому, что колонка телекритика «Повесть о президенте» была опубликована на следующий день, но те, кому была интересна эта статья, уже знали ее содержание.

Публикации в печати или выступления в теле- и радиоэфире с оценкой современного состояния и практики деятельности СМИ являются частью такой относительно нового для российской журналистики направления, как медийная критика. В данной статье мы будем руководствоваться определением данного термина, сформулированным А.П. Короченским: «направление в журналистике, призванное помочь обществу в познании новых реалий и тенденций в деятельности СМИ. Она является одновременно и своеобразным способом рефлексии, самопознания современной печатной и электронной прессы, и общественным зеркалом, которое призвано отражать “блеск и нищету” средств массовой информации, оказавшихся в рыночной среде»¹. Таким образом, критику СМИ следует понимать в качестве равноправного диалога между двумя сторонами: во-первых, журналистом и интерпретатором-аналитиком его творческой деятельности (так называемые субъект-субъектные отношения). Во-вторых, между медийным критиком и аудиторией СМИ, которая не только регулярно смотрит творческие медийные произведения, но и является потребителем результатов оперативных наблюдений медийных критиков за качеством медийного содержания (субъект-объектные отношения). В любом случае общение критика с адресатом должно строиться на взаимном уважении друг к другу, чего можно добиться, на наш взгляд, например, неукоснительным соблюдением принятых медийными исследовате-

лями критериев анализа текстов СМИ, а также аргументацией каждого своего опубликованного тезиса. Получение доверия обычных граждан и практикующих журналистов – процесс длительный и требующий постоянного соблюдения объективности со стороны критиков, ведь зачастую практики болезненно воспринимают критику.

Целью данной статьи является выявление и изучение приемов работы на аудиторию в творчестве телевизионных критиков газет «Комсомольская правда» и «Труд» в их публикациях. Под приемами работы на аудиторию со стороны медиакритиков мы понимаем их деятельность, направленную на облегчение восприятия содержащихся в публикациях творческих идей и выводов.

На наш взгляд, в настоящее время актуальным является изучение приемов работы медийных критиков на аудиторию, поскольку важно понимать: насколько удобными для восприятия читателями могут оказаться их тексты, и смогут ли авторы публикаций быть понятыми аудиторией так, как они хотели. От этого тоже зависит общее отношение журналистов-практиков к деятельности медиакритиков. Среди массового читателя журналистской критике необходимо заявить о себе прежде всего как о примере конструктивного анализа медийного контента, который каждый человек в дальнейшем может осуществлять самостоятельно. Для чего ему это нужно? Хотя бы для того, чтобы оградить себя и своих близких от деструктивной информации, спама, который, возможно, распространяется представителями запрещенных в России группировок, чтобы посеять страх в обществе. Мы уверены: в настоящее время только критическое сознание поможет человеку противостоять мощному потоку воздействующей на него информации.

В качестве эмпирической базы были выбраны такие две ежедневных общественно-политических газеты, как «Комсомольская правда» и «Труд». Первые краткие, но регулярные осмысления телепередач центрального телевидения появились в «Комсомольской правде» еще в мае 1990 г. С тех пор критические заметки, мини-рецензии и реплики публикуются в издании постоянно, дополняясь текстами с сайта редакции (рубрика «Зацепило!»). В настоящее время своими впечатлениями о качестве телевизионных передач с читателями делится не один, как в некоторых иных газетах, а четверо авторов: А. Гусятинский, С. Ефимов, Я. Коробатов, В. Львова, ранее работал еще и П. Садков. Телевизионная критика в газете «Труд» до настоящего времени изучалась эпизодически, да и

¹ Короченский, А.П. «Пятая власть?» Феномен медиакритики в контексте информационного рынка. – Ростов-н/Д: Международный институт журналистики и филологии, 2002. – 272 с. [Электронный ресурс]. Доступно также на: <http://old.kpfu.ru/f13/rbakanov/index.php?id=5&idm=0&num=23> (режим доступа – свободный).

пока только автором этих строк^{1,2,3}. Несколько лет подряд в данном издании качество телеконтента оценивает обозреватель С. Беднов. Его публикации, мнения, позиции практически не попадают в «повестку дня» ведущих федеральных СМИ, не ведет он и своих передач на радио, как, например, телекритик «Новой газеты» И. Петровская. Но приемы его работы на аудиторию не менее интересны с научной и практической точек зрения, потому что российская медийная критика – явление в федеральных СМИ эпизодическое (в региональных (если судить по изучению содержания печатных изданий Республики Татарстан) – отсутствующее) и поэтому требующее наиболее полного и всестороннего изучения. Без внимания нельзя оставлять творчество ни одного из практикующих медийных критиков (телекритиков), необходимо делать оперативный анализ качества его работы для понимания общего творческого уровня современной массовой критики СМИ.

В этой связи проявляется *практическая значимость* настоящего исследования. Она состоит в том, чтобы: во-первых, содействовать дальнейшему росту профессионального мастерства указанных выше авторов; во-вторых, выявить, обобщить творческие приемы работы на аудиторию, которые имеют в своем «арсенале» телекритики двух составивших эмпирическую базу газет, и содействовать внедрению их в практическую деятельность других медиакритиков, а также обычных граждан для расширения творческих возможностей самостоятельного анализа и оценки качества потребляемых ими медийных произведений.

Мы изучали только публикации, содержащие авторские оценки телепередач или практики организации современного телевидения. Тексты информационного характера, как правило, анонсирующие передачи либо знакомящие аудиторию с личностями тех или иных актеров, ведущих телепередачи, или сюжетами программ интервью, не рассматривались: в них не было анализа и критического взгляда на телевизионный контент. В «Комсомольской правде» в 2015

г. таких публикаций было 183, в «Труде» за тот же период – всего 38. Задача данных публикаций заключалась в привлечении внимания аудитории к той или иной передаче, чтобы повысить их рейтинговые показатели, т.е. содействие телевизионному бизнесу. К медийной критике это имеет отдаленное отношение.

Хронологический период исследования ограничен 2013-2015 гг. За три указанных года в двух интересовавших нас изданиях было опубликовано 392 работы в разных жанрах, содержащих оценку телепередач или тенденций федерального телевидения. Критики других видов масс-медиа выявлено не было. В количественном отношении публикации эмпирической базы распределились следующим образом:

- «Комсомольская правда»: 63 статьи (2013 г.); 68 (2014 г.); 69 (2015 г.). Всего 200 текстов;

- «Труд»: 60 публикаций (2013 г.); 64 (2014 г.); 68 (2015 г.). Всего 192 выступления.

В итоге анализу подверглись 392 творческие работы телевизионных критиков. Как видим, наличие в редакции «Комсомольской правды» нескольких пишущих о ТВ авторов не гарантировало данному изданию перевеса в численности публикаций. Телекритик «Труда» трудился напряженнее, но эффективнее ли коллег из «Комсомольской правды»? В публикациях критиков обоих изданий нами были выявлены разные оценки объекта исследования, а также определенное количество текстов без преобладания какой-либо оценки (так называемые нейтральные публикации). Однако анализ содержания текстов показал, что преобладающей являлась отрицательная оценка телевизионного содержания.

При проведении исследования были применены следующие методы:

1. *Сплошной мониторинг* изданий, составивших эмпирическую базу исследования, на наличие содержащих оценку текущей практики телевизионного вещания, а также качеству телепередач и работе телевизионных ведущих.

2. *Структурный анализ* выявленных публикаций, позволивший определить их композиционные особенности, а также наличие возможных графических и визуальных элементов, способствующих быстрому восприятию их содержания аудиторией.

3. *Лексико-стилистический анализ* медиатекстов, с помощью которого мы установили авторскую подачу информации, а также приемы работы на аудиторию, характерных для творчества телекритиков «Комсомольской правды» и «Труда»: наличие / отсутствие средств художественной выразительности и других авторских

¹ См.: Баканов, Р.П. Качество творческого почерка телевизионного критика Анри Вартакова // Знак: проблемное поле медиа-образования: науч. журн. – Челябинск, 2013. – № 1 (14). – С. 33-44.

² Баканов, Р.П. Масс-медиа глазами газет: Практические рекомендации в помощь начинающему медийному критику. – Казань: Изд-во Казан. гос. ун-та, 2008. – 256 с.

³ Баканов, Р.П. «Книга жалоб» на телевидение: Эволюция газетной телевизионной критики в Российской Федерации 1991-2000 гг. – Казань: Изд-во Казан. гос. ун-та, 2007. – 297 с.

приемов привлечения и удержания внимания в содержащих оценку медийного контента текстах, опубликованных в составивших эмпирическую базу настоящего исследования печатных СМИ.

4. *Сравнительно-сопоставительный анализ* творческих приемов работы с аудиторией как между телевизионными критиками «Комсомольской правды», так и с их коллегой из газеты «Труд» С. Бедновым. С помощью данного метода мы постарались установить, кто из изучаемых нами авторов наиболее эффективен для аудитории с точки зрения использования композиционных и лексико-стилистических конструкций, направленных на скорейшее восприятие предложенных публикаций, а значит и мыслей создателей текстов.

5. *Содержательный анализ комментариев* к выступлениям телекритиков на сайтах газет с целью выявления реакции некоторой части аудитории, которая знакомится с текстами в электронном виде, на их содержание и проблематику.

В России медийная критика пока еще становится объектом научных исследований эпизодически. Если не считать отдельных публикаций, анализирующих текущую практику корреспондентов Центрального телевидения 1960-х и 1980-х гг.^{1,2,3,4,5}, оперативное осмысление, не научное, но с точки зрения необходимости подготовки профессиональных тележурналистов и эффективности телевизионной критики со статьями в отраслевых изданиях выступили Н. Василенко⁶, А. Богомолов⁷, В. Дьяченко⁸ и Б. Оленин⁹, в 1990 г. В. Кисунько¹⁰. В последнем

десятилетии XX в., со становлением негосударственного и многопрограммного телевидения, телекритики было много в периодической печати. Научное осмысление феномена медиакритики на российском медиарынке началось с исследования А.П. Короченского¹¹. Состояние и качество телевизионной критики 1990-х гг. в своем квалификационном исследовании и монографии проанализировано нами^{12,13}, исторические основы данного направления в работах известных российских публицистов середины XIX в. изучено О.С. Чиненовой¹⁴. 30 июня 2016 г. в Высшей школе журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ В.А. Гринфельд защитил диссертацию, в которой выявил и изучил состояние корпоративной медиакритики в современной российской журналистике¹⁵. Данная область журналистики продолжает развиваться, поэтому требует своего регулярного изучения и осмысления.

Что касается исследования приемов работы медиакритиков на аудиторию и качества написанных ими текстов с точки зрения удобства их восприятия аудиторией, то такая работа ранее велась крайне эпизодически, главным образом в наших предыдущих (в том числе указанных выше) статьях. Думается, такую экспертизу необходимо проводить регулярно.

При выявлении приемов работы на аудиторию мы обращали внимание на следующие структурные и стилистические элементы публикаций телекритиков:

- разнообразие заголовков и наличие / отсутствие подзаголовков;
- качество первых абзацев повествования

и радиовещание. – 1991. – № 10. – С. 11-15.

¹¹ Короченский, А.П. «Пятая власть?» Феномен медиакритики в контексте информационного рынка. – Ростов-н/Д: Международный институт журналистики и филологии, 2002. – 272 с. [Электронный ресурс]. Доступно также на: <http://old.kpfu.ru/f13/rbakanov/index.php?id=5&idm=0&num=23> (режим доступа – свободный).

¹² Баканов, Р.П. Телевидение сквозь призму газет 1990-х годов (на материалах изданий Москвы и Татарстана): Дис. ... канд. филол. наук; Казанский гос. ун-т. – Казань, 2006. – 248 с.

¹³ Баканов, Р.П. «Книга жалоб» на телевидение: Эволюция газетной телевизионной критики в Российской Федерации 1991 – 2000 годов. – Казань: Изд-во Казан. гос. ун-та, 2007. – 297 с.

¹⁴ Чиненова, О.С. История телекритики в России на фоне истории литературной критики: Автореф. дис. ... канд. филол. наук; Саратовский гос. ун-т. – Саратов, 2006. – 22 с.

¹⁵ Гринфельд, В.А. Корпоративная медиакритика в современных российских СМИ. Дис. ... канд. филол. наук; СПбГУ, 2016. – 193 с.

¹ См., например: Муратов С. Эффект воздействия // Советская печать. – 1966. – № 8. – С. 29-30. Публицистика на всех одна // Телевидение и радиовещание. – 1984. – № 2. – С. 31-33.

² Муратов, С. Испытание общением // Журналист. – 1982. – № 12. – С. 18-20;

³ Муратов, С. Что такое ноль? Этюды о телевизионных интервью // Телевидение. Радиовещание. – 1982. – № 9. – С. 32-34;

⁴ Кузнецов, Г. А если без правил? О прямом телерепортаже // Журналист. – 1967. – № 6. – С. 26-27;

⁵ Кузнецов, Г. Публицистика на всех одна // Телевидение и радиовещание. – 1984. – № 2. – С. 31-33;

⁶ Василенко, Н. Пресса и малый экран // Советская печать. – 1966. – № 9. – С. 36-39.

⁷ Богомолов, А. Поменьше смотрите телевизор! // Журналист. – 1967. – № 6. – С. 39-41.

⁸ Дьяченко, В. Охота к научению – признак силы // Журналист. – 1967. – № 9. – С. 38-40.

⁹ Оленин, Б. Авторитет телекритики // Телевидение и радиовещание. – 1985. – № 3. – С. 29-30.

¹⁰ Кисунько, В. Тело покойного мужа, или Нужно ли телекритике телевидение? // Телевидение

(лидов);

- композиция публикаций;
- наличие / отсутствие используемых средств художественной выразительности;
- оригинальность мыслей, тезисов и убедительность их аргументации;
- своеобразие авторского стиля каждого автора;
- наличие визуальных элементов текстов и их качество (фотографии, скриншоты видеокадров передач, рисунки, карикатуры, инфографика).

Результаты проведенного содержательно-анализа позволяют сделать вывод, что к своим публикациям телекритики обеих газет придумывали в основном образные заголовки. Это можно объяснить значительным преобладанием так называемых «объяснительных» текстов, в которых важно привлечь и удерживать внимание аудитории с первого предложения, т.е. с названия публикации. Информационные заголовки тоже были выявлены, но очень мало: в «Комсомольской правде» за хронологический период всего 4 раза, в «Труде» – 18. В отличие от информационных заголовков, задача которых в том, чтобы сообщить читателю новость уже в первом предложении, а с подробностями и деталями он при желании может ознакомиться далее в тексте, образные заголовки призваны давать аудитории эмоции, интриговать людей, уводя их внимание в дальнейшее повествование. Некоторые практикующие журналисты и теоретики в области массовых коммуникаций выделяют разные подвиды образных (или игровых) заголовков в зависимости от используемых в них авторами статей творческих приемов^{1,2,3,4}.

Обобщив выявленные подходы и названия подвидов образных заголовков, мы систематизировали названия всех изученных нами публикаций эмпирической базы. Выяснилось,

¹ См., например: Мирошниченко А. Три типа заголовков: фактический, образный и заголовочный клише. В кн.: Мирошниченко А. Работа в пресс-службе. Журналистика для пресс-секретарей. – [Электронный ресурс]. – Доступно на: URL: <http://www.aka-media.ru/knowhow/687/> (режим доступа – свободный).

² Колесниченко А.В. Практическая журналистика: учеб. пособие. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2008. – С. 96-106.

³ Виды заголовков. Эффективные SEO заголовки. – [Электронный ресурс]. – Доступно на: URL: <http://karkass-ait.ru/kak-napisat-zagolovok-chast-1.html> (режим доступа – свободный).

⁴ Трубникова Е.Ю. Текст и его заголовок: проблема структурного и семантического взаимодействия // Известия Алтайского гос. ун-та. – 2010. – № 2-2. – С. 121-126.

что авторы «Комсомольской правды» использовали более эмоциональные, выразительные, заголовки, чем телекритик «Труда». Еще в советские годы данное издание славилось яркими заголовками к статьям. Заголовки к выступлениям С. Беднова в «Труде» более нейтральны, по нашему мнению, настраивающие аудиторию на спокойную и рассудительную интонацию повествования. В итоге мы установили, что в творчестве телекритиков «Комсомольской правды» за период проведения исследования преобладали публикации, содержащие такой подвид образного заголовка, как «заголовок-перифраз» (129 случаев). В рамках этого подвида автор выбирает известную многим людям фразу, немного изменяет ее в зависимости от темы и цели своего повествования. В результате смысл становится иным. Например: «Сор имени «Пятницкого»» (впечатление о низком качестве сериала НТВ «Пятницкий»)⁵; «Туши прекрасные порывы» (размышление о сериале телеканала «Россия 1» «Верни мою любовь»)⁶; «Девушка бывает кусачей только от жизни собачьей» (мини-рецензия на сериал «Последний янычар» того же канала)⁷; «Ночная ласточка, ну кто же виноват?» (мини-рецензия на сериал «Первого канала» «Небесная ласточка»)⁸. Эффективность таких заголовков очевидна: зная оригинальную фразу, аудитория быстро запомнит и ее переделанный вариант в виде заголовка. Иногда изменять приходилось всего одну букву, и фраза приобретала новое значение. Например, публикацию, посвященную реформатированию телеканала «Спорт» в «Россию 2», ее автор назвал «О, спорт! Ты – мил!» вместо известного многим, ставшего «крылатым», выражения барона П. де Кубертена «О, спорт, ты – мир!»⁹ Примеры можно продолжать.

Второе место по популярности использования заголовков у критиков данного издания занимает подвид, названный нами «заголовок-идея» (применен 47 раз). В этих случаях авторы выносили в названия публикаций свои основные мысли (по одной на текст), которую пред-

⁵ Губарев Г. Сор имени «Пятницкого» // Комсомольская правда. – 2015. – 25.11. – С.19.

⁶ Гусятинский А. Туши прекрасные порывы // Комсомольская правда. – 2015. – 4.02. – С.21.

⁷ Гусятинский А. Девушка бывает кусачей только от жизни собачьей // Комсомольская правда. – 2015. – 14.01. – С.20.

⁸ Гусятинский А. Ночная ласточка, ну кто же виноват? // Комсомольская правда. – 2013. – 30.01. – С.20.

⁹ Садков П. Убежали без оглядки т футбол и зарядки! О, спорт! Ты – мил! // Комсомольская правда. – 2009. – 15.10. – С.22.

лагали и доказывали в тексте. Получается, что аудитория уже с первого предложения начинала «заряжаться» идеей телекритика. Например, сюда мы отнесли такие заголовки, как: «Змеелюди среди нас»¹; «Пособие по женской логике»²; «А “Королева бандитов”-то – голая»³; «Новогоднее шоу в режиме Дня сурка»⁴ и т.д. Мониторинг показал, что данный подвид заголовков чаще применялся авторами «Комсомольской правды» в 2013-2014 гг., и чаще своих коллег его использовал Я. Коробатов. В 2015 г. выявлено всего четыре факта его использования, зато увеличилась численность заголовков-перифразов.

В отдельных публикациях заголовки-идеи содержали иронию как элемент выразительности. Например: название мини-рецензии «Мы смело в бой пойдем – спасать Чапая!» на первый взгляд является скорее перифразом известного старшему поколению выражения «Смело мы в бой пойдем за власть Советов!». Но если ознакомиться с текстом, в котором речь идет о невысоком качестве телесериала о Колчаке, о «натужной» (как пишет автор) работе режиссера, привязавшего сюжет к противостоянию «белые (чужие) – красные (свои)», заголовок – воплощение главной мысли и отношения критика к сюжету. На наш взгляд, ирония заключается именно в наличии восклицательного знака в заголовке, что придает фразе лозунговый стиль. В этой лозунговой форме заключается отношение критика к сюжету сериала, который он пересказал всего в нескольких словах⁵. Не сразу выявишь иронию и в заголовке «Дядя Толя ист фантастиш» к мини-рецензии на сериал «Плюс Любовь», демонстрировавшийся на телеканале «Россия 1». Только ознакомившись с текстом, в котором критик в ироничной манере высказал свое отношение к тому, что главным героем сериала стал «похотливый сантехник» («вот она – новация поистине революционных масштабов!»), что интеллектуально-творческий уровень отечественных сериалов снижается, можно

выявить иронию и в заголовке к выступлению⁶.

В остальных 24 содержащих оценку телепередач публикациях «Комсомольской правды» были использованы такие подвиды заголовков как цитата («А ну-ка Высоцкого мы крутанем!»)⁷, вопрос («Пропагандисты, кто-то дал приказ?»)⁸, перечисление, иногда парадокс («Наполеон против Бонапарта»)⁹, двусмысленность («Я разведу тебя на Первом»)¹⁰, «Чем пахнет здесь? Пощечиной, мой милый!»¹¹) и каламбур («ДжиННса»¹², «Без(с) гипноза»¹³).

Мы также выявили, что, помимо использования разных подвидов образных заголовков, телекритики «Комсомольской правды» часто обыгрывали в названиях публикаций названия обсуждаемых произведений. Так, рецензия на сериал «Бесы» называлась «Бес попутал»¹⁴, реплика на игру актрисы Д. Мороз в сериале «Долгий путь домой» – «Ой, Мороз, Мороз»¹⁵ и т.д. На наш взгляд, данный творческий прием также направлен, во-первых, на привлечение внимания аудитории к текстам, чему должна способствовать содержащаяся в заголовках интрига, во-вторых, на скорейшее установление диалога автора с каждым из читателей.

Образные заголовки к публикациям значительно превышали информационные и в творчестве телекритика «Труда» С. Беднова. Из 192 содержащих анализ телепередач или тенденций телевещания статей 29 заголовков были информационными. В отличие от коллег из «Комсомольской правды», у него больше всех оказалось «заголовков-идей» (111). В каждом из трех лет периода исследования выявлялось больше всего публикаций, содержащих именно этот подвид образного заголовка. Если критики

⁶ Гусятинский А. Дядя Толя ист фантастиш // Комсомольская правда. – 2014. – 20.08. – С.22.

⁷ Львова В. «А ну-ка Высоцкого мы крутанем!» // Комсомольская правда. – 2015. – 26.01. – С.22.

⁸ Львова В. Пропагандисты, кто-то дал приказ? // Комсомольская правда. – 2014. – 7.05. – С.21.

⁹ Львова В. Наполеон против Бонапарта // Комсомольская правда. – 2015. – 16.03. – С.22.

¹⁰ Львова В. Я разведу тебя на Первом // Комсомольская правда. – 2013. – 13.03. – С.21.

¹¹ Львова В. Чем пахнет здесь? Пощечиной, мой милый! // Комсомольская правда. – 2014. – 18.03. – С.22.

¹² Львова В. ДжиННса // Комсомольская правда. – 2014. – 3.06. – С.21.

¹³ Львова В. Без(с) гипноза // Комсомольская правда. – 2014. – 8.07. – С.21.

¹⁴ Ефимов С., Гусятинский А. Бес попутал // Комсомольская правда. – 2014. – 26.05. – С.21.

¹⁵ Ефимов С. Ой, Мороз, Мороз // Комсомольская правда. – 2015. – 5.03. – С.20.

¹ Ефимов С. Змеелюди среди нас // Комсомольская правда. – 2013. – 21.08. – С.20.

² Коробатов Я. Пособие по женской логике // Комсомольская правда. – 2013. – 14.03. – С.22.

³ Коробатов Я. А «Королева бандитов»-то голая // Комсомольская правда. – 2013. – 21.03. – С.22.

⁴ Коробатов Я. Новогоднее шоу в режиме Дня сурка // Комсомольская правда. 2013. 01.01. – [Электронный ресурс]. – Доступно на: URL: <http://www.kp.ru/daily/26006/2935062/> (режим доступа – свободный).

⁵ Садков П. Мы смело в бой пойдем – спасать Чапая! // Комсомольская правда. – 2013. – 16.02. – С.20.

из «Комсомольской правды» привлекали внимание аудитории перефразированием известных выражений, то обозреватель «Труда» – конкретностью мысли, как правило, не допускавшей иронии. Например: «Смех и грех веселых и находчивых»¹; «Сын за отца отвечает. Но не везде и не всегда»²; «Человек смотрящий чем-то напоминает собаку Павлова»³; «Тузика оставили без грелки»⁴; «Сценарий имеется, а идей нет»⁵ и т.д. В пяти указанных здесь заголовках, как и во всех подобного рода работах, имеющих заголовки-идеи, содержится конкретная мысль, направленная на формирование отрицательной оценки аудитории объекту изучения. Критик не иронизировал, но время от времени применял жесткую лексику, из которой становилась ясна его позиция: «Про уродов и людей»⁶; «Не смотри в “ящик”, Иванушка, козленочком станешь»⁷; «Они и мы, сволочи и дуры»⁸.

Помимо заголовков-идей, в работах С. Беднова мы выявили заголовки-перечисления (22), перифразы (14), вопросы (11), противопоставления (в этом случае интрига для читателя создается за счет антитезы «плохое – хорошее», 7 фактов) и каламбуров (игра слов в предложении – 4 использования). Все они были направлены на скорейшее формирование образа телесобытия / телеявления, чего стоит такой его заголовок: «Не студия, а просто большая палата №6»⁹. Прямота и конкретность авторской мысли в заголовках-идеях у телекритика «Труда» выразительнее, чем у авторов «Комсомольской правды». А вот перифразы у С. Беднова применялись гораздо реже, чем в творчестве его коллег из «Комсомольской правды», а также, на наш взгляд, были менее яркими и эмоциональными. Сравним, к примеру: «Служебный обман»¹⁰, «Брызги шаманского»¹¹, «Волшебники

грехоблудного города»¹² (все опубликованы в «Комсомольской правде») с такими заголовками «Труда»: «Свет в конце прилавка»¹³, «Краткий курс хорошей “Кухни”»¹⁴, «Здесь русский дух. Деньгами пахнет»¹⁵. Конечно, С. Беднов (или редакция «Труда») придумали их для формирования портрета творческого произведения, в них имеется авторское отношение к нему. Но перифразы в «Комсомольской правде» нам показались легче, оригинальнее, сделанными как будто невзначай, содержащими не только игру слов, но и букв. С нашей точки зрения, они более эффективны для восприятия и запоминания, чем у С. Беднова.

Наряду с образными заголовками в творчестве телекритика «Труда» время от времени использовались так называемые нейтральные названия публикаций, на наш взгляд, не несущие в себе какой-либо авторской позиции и оценки. Например: «“Пароль?” – “Игра престолов”»¹⁶; «Узнаем мы их по “Голосам”»¹⁷; «Не маскарпоне единым»¹⁸; «Когда проходит косой “Дождь”...»¹⁹; «Чапаев и бабы»²⁰ и некоторые другие. Всего за три исследуемых года подобных заголовков мы выявили 52. В них есть идея, но нет заметной для аудитории сразу проблемы, которая бы привлекла ее внимание. Мы можем предположить, что такое количество нейтральных заголовков вряд ли способствовало привлечению аудитории к публикациям с критикой телевидения в «Труде», и данные тексты проигрывали конкуренцию другим размещенным на этой же полосе или на сайте газеты статьям. Если учесть тенденцию постепенного сокращения общего суточного времени, которое современный россиянин готов потратить на чтение газеты, то есть опасение, что при наличии таких

¹ Беднов С. Смехи грех веселых и находчивых // Труд. – 2013. – 21.03. – С.6.

² Беднов С. Сын за отца отвечает. Но не везде и не всегда // Труд. – 2013. – 9.07. – С.7.

³ Беднов С. Человек смотрящий чем-то напоминает собаку Павлова // Труд. – 2014. – 27.03. – С.7.

⁴ Беднов С. Тузика оставили без грелки // Труд. – 2013. – 18.02. – С.7.

⁵ Беднов С. Сценарий имеется, а идей нет // Труд. – 2014. – 10.04. – С.5.

⁶ Беднов С. Про уродов и людей // Труд. – 2013. – 22.01. – С.7.

⁷ Беднов С. Не смотри в “ящик”, Иванушка, козленочком станешь // Труд. – 2013. – 28.02. – С.7.

⁸ Беднов С. Они и мы, сволочи и дуры // Труд. – 2013. – 19.12. – С.7.

⁹ Беднов С. Не студия, а просто большая палата №6 // Труд. – 2014. – 20.03. – С.7.

¹⁰ Гусятинский А. Служебный обман // Комсомольская правда. – 2014. – 23.01. – С.22.

¹¹ Гусятинский А. Брызги шаманского // Комсомольская правда. – 2015. – 26.08. – С.21.

¹² Гусятинский А. Волшебники грехоблудного города // Комсомольская правда. – 2015. – 1.09. – С.21.

¹³ Беднов С. Свет в конце прилавка // Труд. – 2013. – 4.04. – С.7.

¹⁴ Беднов С. Краткий курс хорошей «Кухни» // Труд. – 2013. – 6.06. – С.7.

¹⁵ Беднов С. Здесь русский дух. Деньгами пахнет // Труд. – 2015. – 2.10. – С.9.

¹⁶ Беднов С. «Пароль?» – «Игра престолов» // Труд. – 2015. – 30.11. – С.9.

¹⁷ Беднов С. Узнаем мы их по «Голосам» // Труд. – 2015. – 11.09. – С.9.

¹⁸ Беднов С. Не маскарпоне единым // Труд. – 2014. – 12.08. – С.7.

¹⁹ Беднов С. Когда проходит косой «Дождь»... // Труд. – 2013. – 26.03. – С.7.

²⁰ Беднов С. Чапаев и бабы // Труд. – 2013. – 19.02. – С.7.

нейтральных заголовков количество контактов текстов с читателями постепенно будет уменьшаться и сводиться к минимуму.

Таким образом, каждый из телекритиков, чье творчество было нами изучено, озадачивались тем, чтобы на их произведения обратило внимание как можно большее количество аудитории. Часто интриговать и завлекать ознакомиться с текстом статей им приходилось уже в заголовке. Авторы «Комсомольской правды» частым использованием «заголовков-перифраз» и «заголовков-идей» старались создать яркие, образные заголовки с оттенком проблематики, о которой речь должна пойти в тексте далее. В «Труде» же часты «заголовки-идеи», как правило, содержащие конкретную проблему, которая в остальных абзацах должна конкретизироваться, а тезисы критика – доказываться. По нашему мнению, в заголовках разнообразнее ведут работу с аудиторией критики «Комсомольской правды».

Если обратиться к текстам телекритиков, то можно увидеть, что за три исследуемых года их публикации пусть ненамного, но стали короче. Сравнение работ за 2013- и 2015 гг. показало, что в «Комсомольской правде» сокращение произошло в среднем на 350-400 знаков, в «Труде» – на 300. Видимо, это связано с общей тенденцией сокращения медийных текстов: если каждый автор хочет, чтобы его материал был прочитан, то должен следовать за аудиторией. В свою очередь, она все чаще не готова воспринимать длинные тексты, предпочитая краткий формат и смешение жанров. Поэтому журналистам и ведущим рубрик приходится писать только конкретику при минимуме отступлений от темы. Быть может, оттого за три года проведения исследования мы выявили увеличение доли экспрессивной подачи информации в «Комсомольской правде», в «Труде» изменений не отмечено. Заметно было время от времени, что в выступлениях обозревателей первого издания (особенно у В. Львовой) один освещаемый факт на протяжении повествования оказывался в «обрамлении» эмоциональных предложений. Таким образом, средний объем публикаций с оценкой телеконтента в 2015 г. составил 2400-2500 (в «Труде» 4300) знаков с пробелами. Мы полагаем, что в таком случае в отношении ведущих рубрики «Зацепило!» в «Комсомольской правде» вряд ли справедливо говорить о глубоких мини-рецензиях телепередач, скорее такие работы можно назвать «(критическими) заметками по поводу». Телевизионный обозреватель «Труда» подошел к делу основательнее, не желая жертвовать анализом качества телепроектов ради сиюминутного удержания вни-

мания аудитории.

Колумнисты «Комсомольской правды» постепенно сосредоточились на обсуждении только сериальной продукции трех основных федеральных телеканалов: «Первого», «России 1» и НТВ. Объектом внимания обозревателя «Труда» были не только сериалы, но и другие премьеры указанных телекомпаний, тенденции современного телевидения. С. Беднов почти в каждой публикации старался вести проблемный разговор, не камуфлируя выявленные недостатки иронией, как это часто делали его коллеги. Что касается качества первых абзацев текстов, то в «Комсомольской правде» далеко не в каждом из них были интригующие лиды. «Краткость – сестра таланта», – вот правило их подготовки. Иногда функцию вступительных слов к тексту выполняли обычные подписи к фотографии или кадру из фильма, которые непременно сопровождали каждую публикацию рубрики «Зацепило!». Рассмотрим несколько примеров:

- «Парикмахерша Рая (Ирина Пегова) обслуживает в своем салоне полгорода и, разумеется, в курсе всех главных новостей»¹;

- «Герой сериала “Неподсудные” – экс-офицер КГБ Андрей Воронов, человек настолько принципиальный, что даже его женастонет от отчаяния»²;

- «Квартет из четырех подруг, помещенный в центр внимания в новом сериале “Влюбленные женщины”, охватывает чуть ли не все типы дам в возрасте “слегка за 30”»³.

Это – некоторые из лидов к выступлениям телекритика А. Гусятинского в 2015 г. Как мы выявили, лиды к его текстам часто становились противоположностью заголовкам: в названии были частыми перифразы, ирония, легкость подачи проблемы; в лидах – неэмоциональная попытка создать штрихи картины места действия сериала. В 2013 г. у него было так же: яркие заголовки и невыразительные первые абзацы. А вот у В. Львовой, другого телеобозревателя той же газеты, лиды были также краткими, субъективными, оценочными, интригующими. Вот три характерных примера:

- «В предпраздничной суете мне хочется поговорить о “камешках в ботинке”. Они почти незаметны, они раздражают тихо, но постоянно» (негативная реплика на искажение речи в программе «Модный приговор» с дальнейшим обобщением проблемы и представлением ее как

¹ Гусятинский А. Дмитрий не сдюжил // Комсомольская правда. – 2015. – 9.12. – С.22.

² Гусятинский А. БАБ уполномочен пошутить // Комсомольская правда. – 2015. – 19.11. – С.22.

³ Гусятинский А. Любви все возрасты покорны // Комсомольская правда. – 2015. – 18.11. – С.21.

одной из тенденций современного федерального телевидения)¹;

- «На прошлой неделе я сдалась под натиском барышни, предлагавшей установить цифровое телевидение» (первый опыт просмотра телекритиком кабельного канала «Нано ТВ» и оценочные впечатления от его продукции)²;

- «Я понимаю, что пострадавшим в Челябинске шутка вряд ли нравится, но смех – это единственное лекарство против страха» (как телевидение освещало падение метеорита в Челябинской области? Обозреватель поделился впечатлениями в своем тексте)³.

Как видим, в начале публикаций автор не стеснялась говорить от своего имени, немного интриговать аудиторию, эпизодически иронизировать над телеконтентом. Официоза в ее лидах мы не выявили. На наш взгляд, такой прием открытости читателям, заявление исключительно своей позиции может привлечь внимание читателей, особенно молодежного возраста. В. Львова как бы удивляется какой-то проблеме сама и ненавязчиво приглашает удивиться ей остальных. Автор стремилась о выявленных проблемах говорить не серьезно.

Мы обобщили используемые телекритиками «Комсомольской правды» лиды по нескольким видам в зависимости от реализуемой там авторской идеи. В итоге по результатам содержательного анализа лидов у нас получились такие их виды, как: «перевернутая пирамида» (конкретизация проблемы или важного факта в первом абзаце текста, подробности и детали читатель мог узнать далее) (138 публикаций). В творчестве других пишущих о телевидении авторов той же газеты (С. Ефимов, Я. Коробатов, П. Садков) за все три исследуемых года мы также выявили преобладание данного вида лида. Вторым по популярности, значительно проигрывая в частоте использования, стал лид-зарисовка (46 случаев). Его задача в том, чтобы ввести аудиторию в суть дела, показав местность, где происходит действие. Остальные 16 публикаций содержали «лид-вопрос» (6 текстов), «лид-цитату» (прямую или косвенную) и «лид-нагнетание напряжения» (по пять). Такое слабое разнообразие видов лидов мы можем объяснить тем, что телекритики сделали ставку на выразительность заголовков, которая должна была «проводить» читателя в текст статьи, минуя, возможно, нарочито сделанные краткими

лиды.

Практически не осталось в практике телекритики «Комсомольской правды» единовременной публикации двух мнений (за и против) об одной передаче. К этим противоположным тезисам всегда был один начинающийся одинаково лид: «корреспонденты газеты поспорили о...» Если в 2013 г. мы выявили 36 случаев такой формы телекритики, то в 2015 г. они сократились до одного⁴. С чем это связано – неизвестно, но можно лишь предположить, что со сменой редактора рубрики: в 2014 г. ее прежний редактор П. Садков получил новое назначение в другую редакцию. Его преемник мог иметь представление, как повысить эффективность восприятия аудиторией текстов рубрики, сделать ее конкурентоспособной, и реализовал свои замыслы.

Почти все публикации С. Беднова периода исследования содержали лиды «перевернутая пирамида»: кратко представляли суть дела, о котором пойдет разговор в статье. Информационные поводы всегда были актуальными: премьера / окончание демонстрации сериалов или иных передач, присуждение и вручение наград, нестандартные эпизоды в сюжетах ток-шоу и т.д. Из 198 опубликованных за три года текстов, данный вид лида содержали 196, две другие работы – лид-вопрос. Вот четыре случайных примера лидов:

- «ТЭФИ отныне именуется индустриальной телевизионной премией. Что, конечно, звучит лаконичнее, чем прежде, и, пожалуй, даже суровее»⁵;

- «На Первом канале идет сериал “Джуна” о знаменитой целительнице. Реакция зрителей неоднозначна»⁶;

- «На Первом канале завершается показ сериала “Григорий Р.” с Владимиром Машковым в роли Григория Распутина»⁷;

- «На федеральных каналах самые большие сюжеты посвящены событиям в Сирии»⁸.

Пример лида-вопроса: «Готов ли к импортозамещению российский голубой экран?»⁹

⁴ Гусятинский А. Герои экономкласса // Комсомольская правда. – 2015. – 7.05. – С.20; Ефимов С. Смотреть кино и плакать // Комсомольская правда. – 2015. – 7.05. – С.20

⁵ Беднов С. Орфей в эпоху индустриализации // Труд. – 2015. – 26.06. – С.7.

⁶ Беднов С. Сеанс магии с предшествующим разоблачением // Труд. – 2015. – 25.09. – С.7.

⁷ Беднов С. Загулы святого Георгия // Труд. – 2014. – 31.10. – С.7.

⁸ Беднов С. Кому война, а кому реали-шоу // Труд. – 2014. – 3.09. – С.9.

⁹ Беднов С. Как это по-русски... // Труд. – 2014. – 16.12. – С.7.

¹ Львова В. Магнит для гладких ножек // Комсомольская правда. – 2015. – 29.12. – С.22.

² Львова В. Сладку ягоду есть не надо // Комсомольская правда. – 2014. – 7.10. – С.21.

³ Львова В. Четыре орешка для Примадонны // Комсомольская правда. – 2013. – 18.12. – С.21.

В первых двух опубликованных здесь лидах имеется некоторая интрига для читателей: в первом – почему автор считает, что новое название телепремии звучит суровее? Во втором – есть постановка проблемы: за что конкретно хвалили и критиковали этот сериал. Лидов, содержащих хоть какое-то нагнетание напряжения, драматизм не выявлено. Анализ содержания публикаций С. Беднова позволяет сделать вывод о том, что критик, скорее всего, при написании многих текстов отдельно лиды не выделял (это не касается вопросов лидов), потому что эти преамбулы скопированы из содержания первых абзацев текстов. Некоторые информационные поводы (пример №4 выше) критик выявил в результате собственного анализа телеэфира, и они были проблемными. Таких лидов за три года мы выявили всего 29. Остальные получились чисто информационными.

Таким образом, наше исследование показало, что в отличие от разнообразных заголовков, используемых в творчестве телекритиков обеих газет эмпирической базы, лиды за редким исключением получились однообразными и не запоминающимися по содержанию, на которых вряд ли долго задержится внимание читателей. Частое использование лида «перевернутая пирамида» говорит нам, во-первых, о возможно слабой реализации творческого потенциала авторов; во-вторых, отсутствием необходимости в редакциях иметь яркие и интригующие лиды к текстам, возможно, потому что акцент привлечения и удержания внимания аудитории делался на заголовок и далее сразу на текст, минуя лид. Потому и вступления к текстам всегда были короткими (не более двух предложений), чтобы не задерживать внимание потребителей информации.

Обратив внимание непосредственно на сами тексты телевизионных критиков, мы констатируем отсутствие сопровождающей их сопутствующей информации: бэкграунда, тематических рисунков, фотоколлажей, инфографики. В «Комсомольской правде» (в газете и на сайте) рассказ об очередном телесериале предварялся публикацией скрин-шота, из которого читатели могли увидеть один из его эпизодов. Этот же прием использовался и в «Труде». Если формат относительно кратких заметок в первой из указанных газет больше визуального ничего предложить не может (на наш взгляд, и не надо), то в рубрике «Телевидение» второй изученной нами газеты аудиовизуальный ряд стоит расширять. Одно фото / скрин-шот на тексты объемом 5-6 тысяч знаков – риск, так как есть вероятность, что некоторые читатели могут по разным причинам перестать следить за логикой повество-

вания и потерять внимание к сюжету. Телекритикам необходимо понимать, каким образом их работы могут быть восприняты аудиторией, причем разными ее возрастными группами и быть к этому готовыми. Одно дело – целевая аудитория издания, в котором публикуешься, другое, когда знаешь особенности восприятия информации разными аудиторными группами, например, молодежью, людьми старшего возраста и т.д.

В творческом арсенале критика могут быть самые разные приемы привлечения и удержания внимания аудитории к своим тезисам и аргументам: цитаты из песен, стихотворений, «крылатые» фразы, анекдоты, средства художественной выразительности. Мы полагаем, что удержать внимание аудитории в условиях современных многочисленных информационных соблазнов можно, только активно используя разные стилистические приемы. Как боролись за внимание аудитории телекритики изученных изданий?

Анализ содержания эмпирической базы показал, что в обеих газетах авторы применяли не так уж и много приемов работы на аудиторию. Представим их в упорядоченном виде.

1. *Сочетание публицистического и разговорного функционального стилей языка.* Проявляется в регулярном использовании разговорных слов и словосочетаний. Качество проявления не зависело от автора. В «Комсомольской правде» за хронологический период исследования работало пять критиков, но специфического творческого почерка, присущего каждому из них, мы не выявили. Эмоциональность авторов чувствовалась, но в целом тон повествования всегда оставался спокойным. Резкого неприятия критиками какой-то передачи или тенденции телевидения не отмечено. Попыток спровоцировать скандал тоже не было, мы знакомились лишь с отзывами на медийные произведения. Сочетание стилей выявлено в каждой публикации. Вот несколько примеров, содержащих данный прием:

«Этот зазор между реальностью, настоящей жизнью и рекламой - тот самый “камешек в ботинке” для меня. Например, есть некая фирма, продающая квартиры. Ее рекламная кампания под номером три в моем списке худших, идиотских и оскорбительных для человеческого разума. В слоганах сообщается: есть несколько причин, чтобы купить квартиру именно у этой фирмы. Далее следуют правила типа: “Квартира нужна, чтобы ОНА не ушла”. Ура! Но при чем тут фирма? Парень, желающий обольстить алчную стерву московской пропиской, вполне может пойти в другую фирму. Или найти не стер-

ву»¹.

В этой критической заметке констатируется социальная проблема несоответствия реальности, репрезентируемой масс-медиа в рекламных роликах, и повседневной действительности. Используя прием сравнения («камешек в ботинке для меня»), автор выражает свое отношение к освещаемой проблеме, заставляет читателя вновь «ощутить» этот дискомфорт. Негативная оценка рекламным сюжетам формируется также за счет присутствия в тексте разговорной, порой сниженной даже, лексики: «идиотских», «стерва». На наш взгляд, именно сочетание двух функциональных стилей не дает аудитории возможности отвлечься на что-то иное, а держит в теме.

Еще пример: «Проваливается, как ни странно, именитый Дмитрий Дюжев. Судя по всему, его участковый задумывался как смесь Шарапова, Анискина и Базанова из “Реальных пацанов” – принципиальный, добрый, неловкий и застенчивый. Задача вроде бы несложная, к тому же Дмитрию к комедиям не привыкать. Но если в пародийных “Жмурках” он мог безбожно переигрывать, а в “Каникулах строгого режима” уступить ведущую партию Безрукову, то здесь требовалось нечто большее. Герой Дюжева – базовый элемент, основа, столб, вокруг которого вертится не только смешная парикмахерша, но и вся комедийная составляющая фильма. Сыграть такого персонажа только лишь с помощью нелепых усов и придурковатого взгляда невозможно.

Стремясь усилить комический эффект, авторы наградили горе-участкового заиканием, в результате чего вместе с дюжевским персонажем начал заикаться весь сериал, сменив легкость провинциального детектива на неуклюжесть бородатого анекдота. Устами своих героев актерское фиаско невольно признают и создатели фильма. Происходит это в эпизоде, когда экс-воздыхатель Раи называет Костюкова недоделанным Кикабидзе, явно намекая на его сходство с Мимино. Сходство действительно есть – оба высокие, усатые, черноволосые и клинически серьезные. Вот только Мимино у Кикабидзе получился смешным, а участковый у Дюжева – недоделанным. И даже Рая не знает, почему»².

В данной цитате также отсутствие незнакомых, но наличие разговорных слов может и должно облегчить читателям восприятие позиции телекритика как телезрителя. На это «рабо-

тают» также имеющиеся средства выразительности.

Анализ публикаций С. Беднова в «Труде» позволяет сделать вывод о том, что и он в каждом тексте использовал разговорные фразы. Вот пример:

«Они говорят, что в середине июля наступает мертвый сезон. Зрители, мол, все разбегаются кто куда. На заграничные курорты, на дачи. В Сочи, чтоб олимпийские отели не пустовали. В Крым — по гражданскому долгу, наконец. В городах и весях родины — пустота. Телевизор смотреть вообще некому. И перед кем тогда бисер метать?

Ребята, вы в июле-августе давно в метро ездили? А-а, вы и ни в какие другие месяцы не ездите. Зря. Поездили бы сейчас — увидели бы, что народу в подземке тьма-тьмушная. Не меньше, чем в ноябре или марте. И подозреваю, что ей, этой тьме, неинтересны опостылевшие повторы. Если вы думаете, что ваши шутки юмора или сериальные разборки настолько хороши, что их можно слушать и смотреть по пять раз, вы глубоко заблуждаетесь. ... Раз люди в отпусках, они что же, телевизор не смотрят? Для чего тогда «тарелки» на каждой дачной избушке? Для украшения фасада? А зачем руссо туристо, заселяясь в номера отелей на заморских курортах, непременно проверяет, есть ли в телике российские каналы? Или, по-вашему, под шашлычок в Подмоскovie и под шепот океанских волн пипл все схавает даже с большим аппетитом, чем в родных пенатах?»³

Если сравнивать с коллегами из «Комсомольской правды», то телекритик Беднов в творческом отношении ничем от них не отличался, также используя различные тропы (о них речь пойдет ниже). Публикация телекритика, часть которой процитирована выше, представляет собой монолог телекритика-зрителя, недовольного резким снижением разнообразия и качества передач основных федеральных каналов в летний период. Отметим разговорную лексику: «тьма-тьмушная», «тарелки», «руссос туристо», «заморские курорты», «шашлычок», «пипл схавает», позволившую автору конкретнее сформировать отрицательный образ руководителей федеральных телекомпаний.

В рамках небольшой статьи у нас нет возможности детально осветить сочетание публицистического и разговорного функциональных стилей в изученных публикациях телекритиков. Это было в каждой их работе, что еще раз подтвердило наблюдаемую в течение ряда лет тенденцию

¹ Львова В. Магнит для гладких ножек // Комсомольская правда. – 2015. – 29.12. – С.20.

² Гусятинский А. Дмитрий не сдюжил // Комсомольская правда. – 2015. – 9.12. – С.22.

³ Беднов С. С кем вы, где вы, телемастера культуры? // Труд. – 2014. – 18.07. – С.5.

конвергенции не только жанров, но и функциональных стилей в рамках как минимум одного медийного текста. Данное взаимопроникновение стилей позволило телекритикам точнее сформировать и представить общественности образ объекта своего внимания, добавить эмоций в выступления и управлять вниманием читателей.

2. *Наличие средств художественной выразительности.* Язык газеты предполагает представление аудитории «живых», т.е. эмоциональных

текстов, которые было бы нескучно читать. Анализ публикаций телекритиков «Комсомольской правды» и «Труда» показал, что каждый из них использовал те или иные тропы. Данные о том, какое место в творчестве телевизионных критиков играли средства выразительности, представлены в таблице 1. В таблицах 2 и 3 представлено наличие применяемых средств художественной выразительности за каждый год исследования.

Таблица 1 - Количественное соотношение средств художественной выразительности, используемых телекритиками «Комсомольской правды» и «Труда»* (2013-2015 гг., в количестве единиц)

Средство выразительности	«Комсомольская правда»	«Труд»	Всего
Эпитет	265	271	536
Сравнение	194	203	397
Анекдот, юмор	148	172	320
Цитаты из песен, стихов	51	98	149
Метафора	34	27	61
Риторический вопрос	25	34	59
Перифраз (не заголовок)	14	8	22
Каламбур	18	2	20
Общая численность средств	749	815	1564

Таблица 2 - Динамика применения средств художественной выразительности в творчестве телекритиков «Комсомольской правды» отдельно по годам исследования (в количестве единиц)

Средство выразительности	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Всего
Эпитет	96	88	81	265
Сравнение	58	64	72	194
Анекдот, юмор	62	37	49	148
Цитаты из песен, стихов	16	11	24	51
Метафора	11	8	15	34
Риторический вопрос	4	9	12	25
Каламбур	4	8	6	18
Перифраз (не заголовок)	3	7	4	14
Общая численность средств	254	232	283	749

Таблица 3 - Динамика применения средств художественной выразительности в творчестве телекритика «Труда» отдельно по годам исследования (в количестве единиц)

Средство выразительности	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Всего
Эпитет	93	98	80	271
Сравнение	85	79	39	203
Анекдот, юмор	52	71	49	172
Цитаты из песен, стихов	24	32	42	98
Метафора	11	6	10	27
Риторический вопрос	9	14	11	34
Каламбур	2	3	3	8
Перифраз (не заголовок)	—	—	2	2
Общая численность средств	276	303	236	815

*В каждой публикации могло быть несколько средств выразительности.

Как видно из представленных в трех таблицах данных, стиль изложения информации у телекритиков изученных газет яркий, по край-

ней мере не скучный. Наличие данных средств выразительности — попытка авторов донести свои взгляды и аргументы до аудитории как

можно проще и выразительнее, используя образы. Восемь указанных в таблицах тропов помогли им в этом. Если учесть отсутствующие в выступлениях критиков тропы, можно сказать, что использованы явно не все средства выразительности. Содержательный анализ публикаций показал, что один С. Беднов в «Труде» по образности языка превзошел пятерых критиков, работающих в «Комсомольской правде». Из табл. 1 явствует, что по наиболее часто используемым тропам впереди С. Беднов. Пусть перевес не очень существенен, но за каждой единицей применения тропа – творческий поиск, мысль. В каждой из изученных публикаций о ТВ в обеих газетах использовалось в среднем 3–4 чаще разнообразных, чем идентичных средств художественной выразительности. Исследование также позволяет говорить о том, что если судить только по единицам наличия тропов, то в «Комсомольской правде» язык телекритиков и соответственно используемые ими приемы привлечения внимания аудитории в 2015 г. стал ярче и, возможно, образнее. А вот в «Труде», наоборот, сначала наблюдался рост, а в 2015 г. произошел заметный спад обращения критика к тропам. Но говорить о каких-либо тенденциях при этом пока рано: необходимы дальнейшие исследования.

В нашем «рейтинге» видов средств выразительности идентичность: в творчестве телекритиков двух изданий выявлены одинаковые тропы, разве что перифраза в «Труде» гораздо меньше, чем в «Комсомольской правде». Но наличие средств выразительности в текстах – это еще не гарантия успешности их восприятия читателями. Для этого необходимо, чтобы аудитория была готова их понимать так, как того хочет автор.

Легко объяснить преобладание эпитетов в произведениях телекритиков. Они писали оценочные тексты, пытаясь сформировать гораздо чаще отрицательное, чем положительное общественное мнение о качестве телепередач или тенденциях современного федерального телевидения. Именно наличие положительных или отрицательных эпитетов в первую очередь работает на итоговую оценку восприятия объекта авторского внимания аудиторией. Вот пример отрывка из мини-рецензии С. Беднова на премьеру очередной экранизации «Трех мушкетеров»: «В случае же с нашими *свежеиспеченными* сериалами авторы, кажется, вовсе не стремились удивить чем-то неожиданным. Действие не переносилось в другие эпохи, герои не меняли пола. И вот тут возникает вопрос: зачем снимали? Есть же уже любимые сериалы! Что нового тут можно было сказать? ... В «Шерлоке Хол-

мсе», пожалуй, что и есть. И дело даже не в том, что *великий* сыщик в исполнении Игоря Петренко предстает таким *нетерпеливым, суетливым и нервным* типом, наделенным *гениальным* умом, кажется, по ошибке природы»¹ (курсив наш. – Р.Б.). Курсивом выделена оценочная лексика, способствующая читателям постепенно принять позицию телекритика.

Значительно отстали от эпитета сравнения и юмористическая лексика. Ярких и масштабных сравнений за период проведения исследования мы не выявили, все они были, так сказать, локального характера: передача сравнивалась с передачей, конкретный персонаж (или медиаобраз человека) с каким-то другим медиаобразом человека. Вот, к примеру, как это обычно реализовывалось в «Комсомольской правде» (мы знакомимся с мини-рецензией):

«В свою очередь, фильм «Ангел в сердце» олицетворяет совершенно новое семейство сериалов. Это *«Богатые тоже плачут»* на русский лад. Жизнь у героев фильма удалась. Об этом свидетельствуют и *престижный* автомобильный парк, и наличие загородной недвижимости, привычка пить по утрам коллекционный виски и заниматься яхтенным спортом. И что бы с этой *идиллией* делали сценаристы, не будь неразделенной любви? А тут, слава богу, можно рисовать такие любовные многоугольники! Она вышла замуж за другого, чтобы спасти отца. Он не может ее забыть 20 лет и, сам того не зная, влюбляется в ее дочь. А она, узнав об этом, падает в обморок...

Лично мне дамы, падающие в обморок на дорожную паркетную доску, нравятся больше, чем женщины, дефилирующие на панели. Не то чтобы художественная ценность первой мизансцены была выше. Но нервная система современного телезрителя, имеющего ипотечный кредит, устроена таким образом, что стук головы прекрасной дамы о паркет напоминает ему *успокоительный треск колотушки ночного сторожа*... Честное слово, после *чехарды* перестройки и *беспредела* девяностых мы заслужили право на *краткий послеобеденный сон*»². Обычным курсивом мы выделили эпитеты, полужирным курсивом – сравнения. Из цитаты видно, что эпитеты и сравнения здесь находятся рядом. Анализ других публикаций телекритиков двух газет показал, что такая практика была постоянной. При этом используемая авторами лексика время от времени носила агрессивный

¹ Беднов С. Холмсов и мушкетеры много не бывает // Труд. – 2014. – 15.01. – С.7.

² Коробатов Я. Золотой стандарт пошлости // Комсомольская правда. – 2013. – 18.01. – С.21.

характер. Например, мини-рецензия С. Беднова на передачу НТВ «Не верю», который, как он сам написал, «сдуру решил, что она к юбилею Станиславского. Какое же разочарование ждало меня...»

Текст получился очень эмоциональным: «Просто констатирую факт: в *драгоценный* воскресный прайм-тайм НТВ выдал в эфир пример *абсолютно беспомощной* телевизионной журналистики. Фильм, ставящий перед собой глобальную цель *вывести на чистую воду* людей, пытающихся дискредитировать Русскую православную церковь с целью дальнейшего подрыва государственного устройства, даже при подробном анализе обнаруживает единственную заложенную в него мысль: Церковь *безупречна* априори, а все, кто в этом сомневается, – *уроды*...

Каждый, конечно, *урод* по-своему. Один – *педофил*, другой – под маркой искусства *проталкивает порнуху*. Третий – не может без запинки цитировать Священное писание. В этой *незамысловатой* мысли нас должен был убедить *хаотичный* набор сюжетов, обрывков интервью, *выдернутых из контекста* фраз, скриншотов блоггерских публикаций. ... Принцип подачи материала так же прост: все духовные лица *спокойно и мудро* говорят *правильные* вещи. А все вышеперечисленные *уроды* – *нудят, вопят, заикаются, зловеще наигрывают и гонят пургу*»¹. Экспрессивная лексика выделена нами курсивом.

В этом отрывке сочетаются эпитеты, сравнения и устойчивое выражение («вывести на чистую воду»). Перед нами – отношение автора к показанному якобы документальному фильму «Церковь». Уже в заголовке содержится сравнение-противопоставление, автор что думает, то и пишет, и такое эмоциональное повествование, на наш взгляд, привлечет аудиторию и сможет удержать ее внимание, во-первых, разговорной лексикой, во-вторых, искренностью автора. Но за читателем всегда остается право принять или отвергнуть позицию критика, а также написать свое мнение о прочитанном (или ранее увиденном в передаче) на сайте в комментарии к тексту. Кстати, данное выступление набрало всего 11 комментариев, авторы которых поддерживали телекритика.

Большой объем публикаций телекритика «Труда» давал ему преимущество в использовании средств выразительности перед коллегами из «Комсомольской правды», а также детальнее конкретизировать свою позицию и постараться быть убедительным. Мы не можем сказать, на-

сколько коррелировали между собой использование средств выразительности и величина аудитории (для этого необходимо отдельное социологическое исследование), но если судить по количеству просмотров публикаций критиков «Труда» и «Комсомольской правды», то здесь явное преимущество на стороне второй газеты и не потому, что там работало несколько авторов. Это связано с общей величиной аудитории: у «Комсомолки» она значительно выше, чем у слабо рекламируемого сейчас «Труда». Поэтому даже потенциальная аудитория телекритики в «Труде» меньше, чем у другой газеты.

А вот разнообразие средств выразительности, как видно из табл. 1 и 3, выявлено именно в творчестве критика «Труда». Так же, как и в «Комсомольской правде», С. Беднов редко использовал метафоры, риторические вопросы, в его творчестве почти не было каламбура и перифразов. Зато в его статьях иногда присутствовало прямое обращение к руководству телеканалов, чего не было в «Комсомольской правде», этот прием также был направлен на вызов эмоций. Видимое количественное разделение на «лидеров» и «аутсайдеров» мы можем объяснить тем, что авторы текстов стремились привлечь к ним как можно больше читателей и постараться убедить их в своей правоте, но не перегрузив их избыточной эмоциональностью и образностью лексики, потому что в таком случае могла быть вероятность, что некоторые читатели могли не понять смысл изложенного, а то и отказаться от дальнейшего ознакомления текстов. Современные газетные медиатексты предназначены для массовой, а не элитарной аудитории.

Помимо «работы» средств художественной выразительности на принятие аудиторией точки зрения критиков по поводу качества телеконтента, в некоторых случаях с их помощью проходила попытка формирования скрытого смысла, подтекста, который автор также хотел донести до читателей. Рассмотрим следующий пример из «Комсомольской правды»:

«Ведь страшно смотреть на то, как эмансипированная Виктория калечит жизнь влюбленного в нее парня. И пяти минут не проходит, чтобы из-за ее *глупости, сумасбродства* или *истеричности бедного Юру* не *попинали* ногами моджахеды или не поставили к *расстрельной* стене. Про то, что Виктория *беззащитно* выворачивает карманы бедолаги, я уж не говорю. Причем не только он находится в этой ситуации. И как на контрасте – образцово-показательные жены мусульман Шарифстана, главной добродетелью которых является по-

¹ Беднов С. Про уродов и людей // Труд. – 2013. – 22.01. – С. 7.

слушание мужу. Смотришь на оголтелую дуру Викторию – и уже как-то не волнуют тебя расовые и национальные вопросы. Лишь одна мысль беспокоит: слишком много воли у нас бабам дадено...»¹ (выделение экспрессивной лексики курсивом наш. – Р.Б.). С одной стороны, в данной цитате присутствует стеб по отношению к сюжету сериала, что видно из заголовка к тексту: «Преступления против толерантности». С другой стороны, на протяжении повествования автор приходит к мысли «много воли у нас бабам дадено». Восприятие изложенного, на наш взгляд, будет зависеть от интеллектуального уровня каждого читателя. Если у человека будет чувство юмора, думается, он сможет увидеть здесь стеб, если нет, то может подумать, что автор текста ущемляет позицию женщин. Мы считаем, что данная авторская «игра на грани» применялась для усиления эмоциональности повествования и несла в себе скрытый смысл скорее всего от того, что автор текста, в силу желания оперативного его изложения на сайте издания, не вычитал его. Таких примеров за три года выявлено не более восьми и все в «Комсомольской правде».

Использование сравнений и устойчивых выражений также направлено на формирование определенного образа телепередачи, конкретного телевизионного образа или тенденции современного телевидения. Все примеры привести нет возможности, ограничимся некоторыми: «Блюда с несбалансированным вкусом и сомнительным ароматом подается нам как “История”» (мини-рецензия на одноименную передачу)²; «“Культура” – душа нараспашку» (рецензия на программную политику одноименного телеканала)³; «Тузика оставили без грелки» (перифраз выражения «порвать, как Тузик грелку», критическая заметка о «чересчур патриотичном боении» за сборную России, которое мешает «любить спорт во всей его красе»)⁴; «Звезда с звездой говорит...» (реплика о кочующем с канала на канал «пуле» экспертов, которых не интересно слушать)⁵ и другие. Все они направлены на привлечение и удержание внимания аудитории к текстам.

¹ Коробатов Я. Преступления против толерантности // Комсомольская правда. – 2013. – 25.01. – С.20.

² Львова В. Не пошучено // Комсомольская правда. – 2013. – 5.02. – С.19.

³ Беднов С. Зовите меня просто «Культурой» // Труд. – 2013. – 29.08. – С.7.

⁴ Беднов С. Тузика оставили без грелки // Труд. – 2014. – 18.02. – С.7.

⁵ Беднов С. Там звезда с звездой говорит... // Труд. – 2014. – 6.02. – С.7.

Еще одним из приемов работы телекритиков на аудиторию является создание в текстах (особенно в выводах) юмористического содержания, как правило, иронизации или даже стеба над обсуждаемым телеконтентом. Словесное предположение и тем самым доведение ситуации до абсурда мы не выявили, но иронии и стеба, на наш взгляд, хватало. С помощью указанных средств выразительности свое отношение к увиденному на телеэкране чаще выражали критики «Комсомольской правды», чем «Труда». Рассмотрим это на примерах:

«Здесь же вам не туманный Альбион, где все продается и покупается. Да если бы у нас можно было с помощью юристов решать личные и бытовые проблемы, не было бы на свете великой русской культуры. Вы полагаете, что престижный адвокат помог бы Раскольникову решить проблему со старухой-процентщицей, организовав Родиону Романовичу потребительский кредит в банке под низкие годовые? Чепуха!

Посему попытки европеизировать нравы в нашем обществе можно приравнять к посягательствам на изменение генетического кода загадочной русской души. Что наносит мне невыносимые моральные страдания. Это хороший повод отсудить несколько миллионов. Эх, найти бы хорошего адвоката! А где его взять?»⁶ Ирония формируется за счет обращения автора к литературному примеру Раскольникова в первом абзаце цитаты и фраза о якобы нанесенных моральных страданиях автору со стороны работников телевидения.

Другой пример: «В последнее время я нахожусь под большим впечатлением от рекламных пауз. Все остальное смотреть страшно, а вот рекламные паузы никогда не подводили, даря мне ощущение мира, полного стабильности, где отстирываются пятна, отчистится ржавчина, разглядятся и белье и морщины. В последнем случае главное – не перепутать утюг и крем, но с этим даже я справлюсь. И столкнулась я с необъяснимым феноменом в рекламе – гречкой в пакетиках. Она, оказывается, способна при варке влиять на пространственно-временной континуум. ...

Границы времени раздвигаются при варке крупы определенной фирмы. И наличие подобного инструмента в руках каждого потенциального покупателя явно грозит национальной безопасности. Это же чудо для всех преступников, которым необходимо алиби! Начинаешь

⁶ Коробатов Я. Сериал «Ты не один» против концепции «сообразим на троих» // Комсомольская правда. – 2013. – 8.02. – С.20.

варить гречку и получаешь лишний часик свободного времени. Возвращаешься домой с честно награбленным добром, а на все вопросы участкового показываешь теплую гречку и надпись на упаковке – 15-20 минут»¹. Эффект иронии создается за счет выделенной нами части данной цитаты курсивом, а также заголовка к данной критической заметке: «Пока оно варится, можно успеть...». (без ознакомления с текстом данный заголовок оценки иметь не будет).

Итак, как показало наше исследование, наличие некоторых средств художественной выразительности являлось в публикациях телевизионных критиков основным приемом привлечения внимания к своим текстам и работы на аудиторию. Кроме выразительных заголовков, сочетания публицистического и разговорного стилей и тропов в публикациях других приемов работы телекритиков двух газет на аудиторию нами не выявлено.

В результате проведения исследования мы пришли к следующим выводам.

Во-первых, в творческом «арсенале» телевизионных критиков «Комсомольской правды» и «Труда» за 2013-2015 гг. оказалось немного приемов работы на аудиторию. Это: наличие образных заголовков, сочетание в работах публицистического и разговорного функциональных стилей, использование различных средств художественной выразительности. Сделанная ставка на применение тропов как прием работы на аудиторию пока себя оправдала. Тексты получились нестандартными, содержащими авторскую позицию, а также аргументы авторов в пользу своих позиций. Однако в условиях возможного дальнейшего сокращения объемов текстов (несмотря на то, что под телекритику и ранее редактора изданий много места на полосе не выделяли) телекритикам следует задуматься о том, какие приемы работы на аудиторию и привлечения внимания к журналистским произведениям они будут использовать. Кроме того, необходимо продолжать изучать поведение аудитории, на что она будет в дальнейшем обращать внимание, чтобы соответствовать ее интересам и ожиданиям.

Во-вторых, унификация тематики телекритических выступлений в «Комсомольской правде» (объектом исследования становились только телесериалы) и наметившаяся аналогичная тенденция в творчестве телекритика «Труда» постепенно могут привести к стандартизации в использовании средств художественной выразительности. Авторы публикаций делали

ставку на формирование эмоций у читателей, используя для этого эпитеты, сравнения, юмор. Другие тропы использовались эпизодически. Данный факт говорит о том, что критики в двух изученных газетах старались не «перегружать» аудиторию образностью, употребляя разговорную лексику, ориентировались на массовую аудиторию, которую, в представлении критиков, излишняя образность языка могла отпугнуть от текста. Серьезной проблематики тенденций федерального телеэфира в «Комсомольской правде» не обсуждалось, в «Труде» – время от времени.

В-третьих, для усиления злободневности выступлений критикам необходимо больше внимания уделять социальным вопросам. За три изученных года авторы практически не обращались к данной теме. Думается, что социальный контекст телевизионной критики вместе с авторскими размышлениями о качестве современного телевизионного (и медийного) содержания привлечет внимание аудитории, а также пригласит ее к дискуссии. Пока же диалог читателя с автором публикации может возникнуть только на основе выводов критиков, в зависимости от того, интересны они конкретному читателю или нет. Эмоциональность повествования пока способствовала возникновению диалога, но только на уровне «принимает / не принимает» аудитория позицию автора, согласна она или не согласна с ним. Использование в текстах социального контекста может показать аудитории, что критикам не чужды проблемы простых людей.

В-четвертых, общая стилистика комментариев, оставленных читателями к текстам критиков на сайтах редакций газет, также эмоциональна, но не конструктивна. Мнения аудитории были исключительно оценочными, большинство авторов постов согласны с позицией телекритиков, дискуссий не было, но их и не пытались организовать. К статьям авторов «Комсомольской правды» реакции в Сети было значительно больше, чем к работам телекритика «Труда», что объясняется разной величиной аудитории двух анализируемых нами изданий. Авторы обсуждаемых публикаций не отвечали на комментарии (даже когда аудитория задавала им вопросы). Среднее время, за которое пользователи Интернета оставляли свои комментарии к текстам, составляло четыре дня (максимальное – шесть дней в «Комсомольской правде» и восемь дней в «Труде»). Поскольку публикации с оценкой телевизионного содержания публиковались по несколько раз в неделю, аудитория оперативно «переключалась» на свежие выступления. Телекритикам обеих газет следует внимательнее относиться к интересу аудитории

¹ Львова В. Пока оно варится, можно успеть... // Комсомольская правда. – 2014. – 7.04. – С.22.

к своим произведениям и работать с ней.

В-пятых, изученные нами публикации телевизионных критиков почти не содержали дополнительного материала, который мог бы привлечь внимание аудитории. Одна фотография или скриншот кадра из фильма / сериала проходного характера (сделанного по принципу «чтобы был?»), на наш взгляд, на внимание аудитории не «работали». В условиях дальнейшего сокращения времени, которое аудитория готова выделить на чтение газет в сутки, телекритикам следует упрощать свои приемы работы на аудиторию, используя тематическую инфо-

графику, досье, предысторию освещаемой проблемы, т.е. отказаться от длинных текстов, но представлять информацию в мультимедийном формате даже на газетных полосах. Конечно, больше внимания стоит уделить фотографиям или рисункам, которые также могут быть использованы вместе с текстами. Необходимо не только работать с аудиторией сиюминутно («на этот текст, на другой»), но и формировать постоянное лояльное ее отношение к творчеству телевизионных критиков и к этой области журналистики вообще.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Комсомольская правда. – 2013-2015. – №№ 1-323.
2. Труд. – 2013-2015. – №№ 1-320.
3. Баканов, Р.П. Развитие телевизионной критики в федеральной печати 1990-х гг.: становление структуры специальных рубрик // Информационное поле современной России: практики и эффекты: Сборник статей XII Международной научно-практической конференции, 15-17 октября 2015 г. / под. ред. Р.П. Баканова. – Казань: Казан. ун-т, 2015. – С. 100-109.
4. Баканов, Р.П. Качество творческого почерка телевизионного критика Анри Варганова // Знак: проблемное поле медиаобразования: науч. журн. – Челябинск, 2013. – № 1 (14). – С. 33-44.
5. Баканов, Р.П. Слагаемые эффективности творческой деятельности медийного критика // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. – 2013. – № 21 (312). Вып. 80. – С. 55-66.
6. Баканов, Р.П. Медийная критика в российской прессе: проблемы становления // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия «Гуманитарные науки». Выпуск 7. – Белгород: Изд-во БелГУ, 2010. – № 18 (89). – С. 183-197.
7. Баканов, Р.П. Масс-медиа глазами газет: Практические рекомендации в помощь начинающему медийному критику. – Казань: Изд-во Казан. гос. ун-та, 2008. – 256 с.
8. Баканов, Р.П. «Книга жалоб» на телевидение: Эволюция газетной телевизионной критики в Российской Федерации 1991-2000 гг. – Казань: Изд-во Казан. гос. ун-та, 2007. – 297 с.
9. Баканов, Р.П. К вопросу о функциях современной медийной критики в российской печати // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. Гуманитарные науки и образование. – 2015. – № 2 (18). – С. 271 – 280.
10. Богомолов, А. Поменьше смотрите телевизор! // Журналист. – 1967. – № 6. – С. 39-41.
11. Богомолов, А. Новость приходит к вам // Советская печать. – 1966. – № 8. – С. 45-47.
12. Василенко, Н. Пресса и малый экран // Советская печать. – 1966. – № 9. – С. 36-39.
13. Гринфельд, В.А. Корпоративная медиакритика в современных российских СМИ: дис. ... канд. филол. наук. – СПб.: СПбГУ, 2016. – 193 с.
14. Дьяченко, В. Охота к научению – признак силы // Журналист. – 1967. – № 9. – С. 38-40.
15. Кисунько, В. Тело покойного мужа, или Нужно ли телекритике телевидение? // Телевидение и радиовещание. – 1991. – № 10. – С. 11-15.
16. Колесниченко, А.В. Практическая журналистика: учеб. пособие. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2008. – 460 с.
17. Короченский, А.П. «Пятая власть?» Феномен медиакритики в контексте информационного рынка. – Ростов-н/Д.: Международный институт журналистики и филологии, 2002. – 272 с. [Электронный ресурс]. – Доступно также на: <http://old.kpfu.ru/f13/rbakanov/index.php?id=5&idm=0&num=23> (режим доступа – свободный).
18. Кузнецов, Г.В. Активность зрителя // Искусство кино. – 1968. – № 11. – С. 120-126.
19. Кузнецов, Г. А если без правил? О прямом телерепортаже // Журналист. – 1967. – № 6. – С. 26-27.
20. Кузнецов, Г. Публицистика на всех одна // Телевидение и радиовещание. – 1984. – № 2. – С. 31-33.
21. Мирошниченко, А. Три типа заголовков: фактический, образный и заголовок-клише. В кн.: Мирошниченко А. Работа в пресс-службе. Журналистика для пресс-секретарей – [Электронный ре-

курс]. – Доступно на: URL: <http://www.aka-media.ru/knowhow/687/> (режим доступа – свободный).

22. Муратов, С.А. ТВ – эволюция нетерпимости (история и конфликты этических представлений). – М.: Логос, 2001. – 240 с.

23. Муратов, С. Публицистика на всех одна // Телевидение и радиовещание. – 1984. – № 2. – С. 31-33.

24. Муратов, С. Испытание общением // Журналист. – 1982. – № 12. – С. 18-20.

25. Муратов, С. Что такое ноль? Этюды о телевизионных интервью // Телевидение. Радиовещание. – 1982. – № 9. – С. 32-34.

26. Муратов, С. Эффект воздействия // Советская печать. – 1966. – № 8. – С. 29-30.

27. Оленин, Б. Авторитет телекритики // Телевидение и радиовещание. – 1985. – № 3. – С. 29-30.

28. Саптак, В. Телевидение, 1960: из первых наблюдений // Новый мир. – 1960. – № 10. – С. 177-204.

29. Трубникова, Е.Ю. Текст и его заголовок: проблема структурного и семантического взаимодействия // Известия Алтайского гос. ун-та. – 2010. – № 2-2. – С. 121-126.

30. Чиненова, О.С. История телекритики в России на фоне истории литературной критики: автореф. дис. ... канд. филол. наук; Саратовский гос. ун-т. – Саратов, 2006. – 22 с.

УДК: 070
ББК: 070.4

Баранова Е.А.

НОВЫЕ ФОРМЫ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ КОНТЕНТА НА САЙТАХ РОССИЙСКИХ ГАЗЕТ

Baranova E.A.

NEW TYPES OF CONTENT ON RUSSIAN NEWSPAPERS WEBSITES

Ключевые слова: формы контента, текстовая онлайн-трансляция, лонгрид, shareable content, жанры интернет-журналистики, газетные жанры.

Keywords: forms of content, text online broadcast, longread, shareable content, online journalism genres, newspaper genres.

Аннотация: летом-осенью 2015 г. автор провел глубинные интервью с редакторами интернет-версий и топ-менеджерами пяти российских изданий («Аргументы и факты», «Вечерняя Москва», «Комсомольская правда», «Новая газета», «Russia Beyond The Headlines» (интернет-проект «Российской газеты»)).

Целью исследования было выяснить, какие новые формы предоставления контента набирают популярность на интернет-проектах российских газет.

Abstract: in summer-autumn 2015 the author conducted in-depth interviews with web-editors and top managers of the five Russian newspapers («Argumenty i Fakty», «Vechernya Moskva», «Komsomolskaya Pravda», «Novaya Gazeta», «Russia Beyond The Headlines» (multilingual news and information resource of «Rossiyskaya Gazeta»)).

The aim of the study was to find out what new types of content are gaining popularity on the Internet projects of Russian newspapers.

Основные виды СМИ развивались как самостоятельные и самодостаточные единицы: со своим жанровым своеобразием и особенностями в создании и распространении контента. Однако в условиях процесса медиаконвергенции произошло стирание границ между ранее различными СМИ, возникли новые жанры интернет-журналистики, появились совершенно новые формы предоставления контента. Как отмечает О.Н. Копытов, «первичные жанры сегодня дополняются, видоизменяются, преобразуются, скрещиваются, креализуются, искажаются (порой до неузнаваемости)»¹. А.А. Тертычный писал в 2000 году о 35 публицистических жанрах², а в 2010-м отечественные теоретики выделяли только 4000 газетных жанров³. Мы решили сконцентрироваться не на поиске новых жанров (хотя лонгрид, о котором, в частности, идет речь

в статье, некоторые ученые и называют таким), а на выявлении того, какие новые формы предоставления контента набирают популярность на интернет-проектах российских газет.

Автор беседовал с редакторами интернет-версий и топ-менеджерами пяти российских изданий («Аргументы и факты», «Вечерняя Москва», «Комсомольская правда», «Новая газета», «Russia Beyond The Headlines» (интернет-проект «Российской газеты»). Газетные сайты были и остаются первопроходцами в развитии интернет-версий, поиске новых форм предоставления контента, а выбранные нами издания одними из первых среди российских СМИ освоили идеи конвергенции, превратили сайты в самостоятельные мультимедийные ресурсы с большой долей оригинального непечатного контента. Именно поэтому их опыт кажется нам интересным.

Контент, которым хорошо поделиться в соцсетях

На появление новых форм предоставления контента большое влияние оказывает развитие социальных сетей. Как отмечают эксперты Центра исследований группы РИА Новости, «нынешние СМИ уже имеют дело не с традиционным потребителем информации, а с поколе-

¹ Копытов О.Н. Проблема медиажанров: взгляд со стороны «первичных» жанров и формата // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы. Материалы VI Всероссийской научно-практической конференции. – М., 2015. – С. 95.

² Тертычный А.А. Жанры периодической печати. – М., 2000. – 310 с.

³ Солганик Г.Я. Формат и жанр как термины // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2010. – №6. – С. 22-24.

нием “цифры” и медийного “фастфуда”¹. Так называемое поколение «цифры» – это люди с клиповым мышлением, привыкшие потреблять разнообразный мультимедийный контент на разных медиаплатформах. И, что важно, люди с клиповым мышлением уже приучены к тому, что прочитанным, увиденным или услышанным надо поделиться в соцсетях. Именно поэтому в журналистских кругах сегодня часто говорят о том, что современному потребителю информации нужен контент, которым хорошо поделиться в соцсетях (shareable content)². Как отмечает Владимир Шушкин, шеф-редактор сайта aif.ru, «высокий “шаринговый” потенциал – это не главная, но, безусловно, очень важная составляющая материала. Роль соцсетей в распространении контента с каждым годом все больше. Для современного потребителя информации соцсети – некий фильтр в потоке информации. На статью, “расшаренную” друзьями, он перейдет гораздо охотнее, чем на что-то, просто увиденное в потоке RSS. Поэтому, если СМИ делает материал, который не будет распространяться в соцсетях, это значит, что оно не пользуется отличным инструментом продвижения контента»³.

Именно возрастание так называемого «шарингового» потенциала материала стало причиной того, что во многих зарубежных и отечественных редакциях несколько лет назад появились редакторы по соцсетям. Их основная задача правильно «упаковать» контент под конкретную аудиторию социальных сетей⁴. Например, в редакции проекта Russia Beyond the Headlines есть новый сотрудник (social media manager), который «думает над тем, как упаковать контент таким образом, чтобы им хотелось поделиться, он, в частности, думает над анонсом статей на серьезные темы в соцсетях»⁵.

В ряде редакций (например, в интернет-редакции «Комсомольской правды») обязанности редакторов по соцсетям выполняют выпускающие редакторы интернет-подразделений, а

бывает и так, что эти обязанности возложены на самих журналистов («Новая газета»).

Есть контент, который СМИ специально «затачивают» под соцсети. Он нужен, чтобы постоянно поддерживать присутствие бренда в социальных сетях. Для соцсетей используют, например, такой формат подачи «горячих» новостей: заранее готовят несколько вариантов фото и сообщений в зависимости от исхода события и сразу публикуют сообщение. Например, Россия выиграла/проиграла матч за выход в полуфинал. Отклик от таких «горячих» новостей обычно очень высок, СМИ получает большой прирост аудитории на сайт. В то же время трудовые затраты на создание такого контента – минимальны.

По мнению опрошенных нами респондентов, высоким «шаринговым» потенциалом пользуются материалы в форме «Вопрос-ответ». В «АиФ», например, последние годы им уделяют особое внимание. В интернет-редакции получают большое количество вопросов от пользователей, систематизируют, редактируют их, а также (в большинстве случаев) формулируют вопросы сами, адаптируя их под пользовательский запрос. «Вступает в силу, например, какой-то новый закон, и журналист его читает и составляет вопросы. Мы отвечаем на них сами, доступно излагая текст закона, или привлекаем экспертов»⁶ – рассказывает А. Шушкин.

Подборки по принципу «Несколько фактов о ...»

Опрошенные нами эксперты очень перспективной с точки зрения трафика формой предоставления контента назвали подборки по принципу «несколько фактов о ...»

Как отмечает Юлия Волосатая, заместитель главного редактора газеты «Вечерняя Москва» по электронным СМИ, «пользователи информации сегодня все больше не хотят ничего искать, они хотят, чтобы им все кратко и емко изложили, возможно, визуализировали. Это подтверждает статистика, свидетельствующая о том, что, например, главную страницу Яндекса с 5-ю топовыми новостями посещают десятки миллионов пользователей, а тех, кто ищет эти новости отдельно, интересуется более детальной информацией, в сотни раз меньше. Поэтому на многих сайтах СМИ большим спросом пользуются материалы в форме «несколько фактов о...»; «5 советов для ...» и т. д.»⁷ Не случайно

¹ Тенденции развития новостного сегмента медиаотрасли России // Центр исследований группы РИА Новости. М., 2013. – С. 9.

² Audience engagement at BuzzFeed: taking sharing seriously. – URL: <http://www.wan-ifra.org/articles/2013/04/23/audience-engagement-at-buzzfeed-taking-sharing-seriously> –

³ Интервью автора с Владимиром Шушкиным, шеф-редактором сайта aif.ru. 2015. Июнь. 29.

⁴ Баранова Е. А. Конвергентная журналистика. Теория и практика. М., 2014. – С. 48.

⁵ Интервью автора с Алексеем Лоссаном, заместителем главного редактора Дирекции международных проектов «Российской газеты». 2015. Окт. 29.

⁶ Интервью автора с Владимиром Шушкиным, шеф-редактором сайта aif.ru. 2015. Июнь. 29.

⁷ Интервью автора с Юлией Волосатой, заместителем главного редактора газеты «Вечерняя Москва» по электронным СМИ. 2015. Июль. 07.

огромную популярность получил интернет-портал «БаззФид» (Buzzfeed), сделавший акцент как раз на «смешных списках, ... подборках необычных фактов ... многие уважаемые газеты переняли манеру публикации списков и прочих легких материалов, чтобы получить приток свежей аудитории и лучше распространяться в социальных сетях»¹.

Отечественные СМИ начали активно развивать материалы-подборки по принципу «несколько фактов о ...» после 2010-х гг. В некоторых редакциях такие материалы уже поставлены на поток. Например, в интернет-редакции «Комсомольской правды» «стали делать материалы в форме “несколько фактов о...” в конце 2012-го, сначала просто – от случая к случаю. С 2014-го такие материалы планируются на еженедельной планерке»².

Как рассказал автору В. Шушкин, материалы-подборки позволяют отрабатывать не только развлекательные, но и серьезные информационные поводы. «Например, приходит журналист на пресс-конференцию, спикер говорит 40 минут о чем-то важном. Раньше, лет 10 назад, корреспондент сделал бы интервью или написал бы статью с цитатами. Сейчас материал можно подать в виде фактов. Например “10 ключевых вещей о пожарах в Сибири”. Такие материалы-подборки позволяют в легкой “обертке” донести до пользователя важную и интересную информацию»³.

Активно используют эту форму подачи информации и в редакции «Russia Beyond The Headlines». «Такой, например материал: “Как себя вести с амурским тигром” (“Eyeing the tiger: The dos and don’ts of meeting Russia’s big cats”) – рассказывает А. Лоссан, заместитель главного редактора дирекции международных проектов “Российской газеты”. – Это 8 советов, о том, как вести себя при встрече с амурским тигром. Формат позволяет в интересной форме рассказать о том, что в России есть тигры, ведь многие иностранцы об этом даже не подозревают»⁴.

В интернет-версии «Новой газеты» ис-

пользуют эту форму подачи контента для публикации различных рейтингов. Например, в начале июля 2015 г. собрали рейтинг из «10 самых оторванных от реальности высказываний официальных лиц»⁵. Как верно замечает Константин Полесков, редактор сайта novayagazeta.ru, «проблема в том, что материалы-подборки по принципу “несколько фактов о ...” – это искусственная модификация контента под трафик генератора. Важно, чтобы такие материалы не сводились к “желтизне”».

Текстовая онлайн-трансляция

Наряду с рассмотренными выше формами предоставления контента, которыми хорошо поделиться в соцсетях, популярность получают и большие по объему материалы, например текстовая онлайн-трансляция. По мнению опрошенных автором респондентов, такие материалы будут набирать все большую популярность. Текстовая онлайн-трансляция – это большая статья на сайте, постоянно обновляемая. Как отмечают респонденты, этот формат очень хорошо удерживает пользователя на интернет-ресурсе. Одним из первых среди российских СМИ текстовую онлайн-трансляцию сделало «РИА-Новости». Агентство использовало этот формат подачи информации для освещения дебатов Алексея Навального и Ярослава Кузьминова в 2011 г.

Текстовая трансляция идеально подходит для освещения масштабных спортивных событий, для отработки новостных поводов, которые развиваются в течение дня или нескольких дней, например Минские переговоры, открытие Олимпиады, Евровидение. Корреспондент не просто пишет о том, что происходит, но и трактует какие-то вещи (поясняет, что может означать чей-то комментарий). Другой журналист параллельно рассказывает о том, как событие комментируется в соцсетях, кто из высокопоставленных лиц написал по данной теме в Твиттере. В подготовке онлайн-трансляции могут быть задействованы более 10 журналистов. Например, на сайте «Вечерней Москвы» «текстовую онлайн-трансляцию, посвященную празднованию 70-летия Победы, обеспечивали около 15 корреспондентов и фотокорреспондентов»⁶.

Текстовая трансляция популярна, несмотря на то, что люди смотрят телетрансляции по федеральным каналам. «Так называемая “концепция второго экрана” позволяет донести до поль-

¹ Пуля В. Журналист-дирижер и пять уровней восприятия медиа медиаконвергенции // Медиаконвергенция, которая изменила мир? /Сборник статей к открытой сессии по медиаконвергенции. Под ред. М.С. Корнева. М., 2014. – С. 82.

² Интервью автора с Олесей Носовой, шеф-редактором сайта kp.ru. 2015. Окт. 24.

³ Интервью автора с Владимиром Шушкиным, шеф-редактором сайта aif.ru. 2015. Июнь. 29.

⁴ Интервью автора с Алексеем Лоссаном, заместителем главного редактора дирекции международных проектов «Российской газеты». 2015. Окт. 29.

⁵ Интервью автора с Константином Полесковым, редактором сайта novayagazeta.ru. 2015. Июль. 16.

⁶ Интервью автора с Юлией Волосатой, заместителем главного редактора газеты «Вечерняя Москва» по электронным СМИ. 2015. Июль. 07.

зователя какие-то вещи, которые он может недопонять, мы ему их разъясняем, к тому же приводим какие-то новые факты»¹, — объясняет Шушкин. После того, как трансляция заканчивается, на сайте aif.ru ее переименовывают в «Как это было». И, что интересно, текстовую трансляцию большее количество людей читает не во время ее постоянного обновления, когда идет мероприятие, а уже после его завершения. «Люди прочитывают текст еще раз, так как хотят пережить эмоции заново»², — отмечает Шушкин.

Лонгриды

Все большую популярность на сайтах СМИ набирает и такая сравнительно новая форма подачи контента как лонгрид (от англ. long read — «длинное чтение»). Это масштабные проекты на сайте, сочетающие аналитический текст (от 2 до 4 тыс. слов), качественные фотографии, инфографику и видеоматериалы.

В 2013 г. эксперты из компании NewsWhip, которая занимается мониторингом и анализом социальных медиа, сравнили показатели популярности новостных материалов на сайтах зарубежных СМИ и пришли к выводу о том, что наибольшей популярностью пользуются статьи (до 500 слов) и объёмные материалы (от 1 200 и более слов).

Читатель переходит от фотографий и видео к текстам и обратно. Видео в статье удерживает пользователей в «активном состоянии» — это так называемое «движущиеся изображения», которые нужно читать и которые нужно скроллить, чтобы рассказ продолжался. Скроллинг — это форма представления информации, при которой содержимое (текст, изображение) двигается в вертикальном или горизонтальном направлении. Таким образом, скроллинг не изменяет содержимое, но передвигает «камеру»³.

Обычно над созданием лонгридов работает целая группа: журналист, пишущий текст, фото-корреспондент, оператор, монтажер, а также дизайнер.

На сайтах зарубежных изданий лонгриды появились в 2012 г. Спустя два года их стали делать и отечественные СМИ. В 2014 году на сайте газеты «Комсомольская правда» появились лонгрид «Америка заключенных небоскребов» (о причинах экономического кризиса). В этом же году первый лонгрид сделали на сайте aif.ru к столетию Первой мировой войны («Сто лет Первой мировой»).

Лонгриды позволяют изданиям выделиться из общего информационного потока, завладеть вниманием читателя. Новости сейчас есть на каждом сайте, поэтому удивить ими кого-то достаточно сложно. К тому же новость можно перепечатать, сделать с нее рерайт. А вот лонгрид уже не перепишешь.

«И практикующие журналисты, и исследователи отмечают, что для привлечения внимания читателей в эпоху информационного изобилия и характерного для Интернета клипового восприятия лонгрид должен содержать уникальную и более яркую, более качественную информацию, чем обычно предлагается в СМИ»⁴.

Для подготовки лонгрида необходима масштабная тема, которая связана с значительными изменениями в обществе или предполагает системное расследование в той или иной сфере.

Когда в «АиФ» задумались о создании лонгрида, обратили внимание на то, что многие издания, желая привлечь пользователя, жертвуют содержанием ради технологических вещей, мультимедийной составляющей. «Мы решили, что текст — все-таки основное. Поэтому в лонгриде, который посвящен трагедии в Беслане (он называется «АД Беслана. Взгляд изнутри»), мало фотографий и много текста. Мы сознательно основывались только на воспоминаниях людей. В проекте по Первой мировой больше мультимедиа, но текстовый контент тоже преобладает — его примерно 70%»⁵.

Как рассказали автору респонденты, при создании лонгридов в редакциях столкнулись с большими финансовыми расходами. Много средств идет на закупку внешнего контента: видео- и фотоматериалов. Увеличивается и зарплата сотрудников, которые заняты в проекте.

Поэтому на сайтах отечественных СМИ появились коммерческие лонгриды. По мнению А. Шушкина, «90% лонгридов должны быть коммерческими»⁶. Это мнение разделяют и в «Комсомольской правде». Лонгриды получили на сайте kp.ru коммерческое продолжение. «Удачными получились проекты с «РусГидро» «Люди света» и с РЖД — «40 лет БАМ». Такие проекты имеют большой спрос со стороны рекламодателя, это так называемая брендовая журналистика»⁷.

Результаты проведенного исследования

⁴ Колесниченко А. Длинные тексты (лонгриды) в современной российской прессе // Медиаскоп, 2015. — № 1.

⁵ Интервью автора с Владимиром Шушкиным, шеф-редактором сайта aif.ru. 2015. Июнь. 29.

⁶ Там же.

⁷ Интервью автора с Олесей Носовой, шеф-редактором сайта kp.ru. 2015. Окт. 24.

¹ Интервью автора с Владимиром Шушкиным, шеф-редактором сайта aif.ru. 2015. Июнь. 29.

² Там же.

³ Почему лонгриды (англ. "longread") нравятся читателям? — URL: <http://research.ria.ru/content/20140131/918683235.html>.

показывают, что развитие социальных сетей приводит к тому, что в редакциях все больше думают о «шаринговом» потенциале контента. Это относится как к материалам развлекательного характера, так и к материалам на серьезные темы. Высоким «шаринговом» потенциалом обладают подборки по принципу «Несколько фактов о»

Вместе с тем, несмотря на популярность небольших по объему материалов с высоким «шаринговом» потенциалом, на сайтах активно развиваются и материалы, предполагающие длительное чтение – текстовые онлайн-трансляции и лонгриды, они позволяют удерживать пользователя на сайте.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика. Теория и практика. - М., 2014. – С. 48.
2. Интервью автора с Алексеем Лоссаном, заместителем главного редактора дирекции международных проектов «Российской газеты». – 2015, 29 октября.
3. Интервью автора с Владимиром Шушкиным, шеф-редактором сайта aif.ru. – 2015, 29 июня.
4. Интервью автора с Константином Полесковым, редактором сайта novayagazeta.ru. – 2015, 16 июля.
5. Интервью автора с Олесей Носовой, шеф-редактором сайта kp.ru. – 2015, 24 октября.
6. Интервью автора с Юлией Волосатой, заместителем главного редактора газеты «Вечерняя Москва» по электронным СМИ. – 2015, 7 июля.
7. Колесниченко, А. Длинные тексты (лонгриды) в современной российской прессе // Медиа-скоп. - 2015. – № 1.
8. Копытов, О.Н. Проблема медиажанров: взгляд со стороны «первичных» жанров и формата // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: материалы VI Всероссийской научно-практической конференции. – М., 2015. – С. 95.
9. Почему лонгриды (англ. “longread”) нравятся читателям? – URL: <http://research.ria.ru/content/20140131/918683235.html>.
10. Пуля, В. Журналист-дирижер и пять уровней восприятия медиа медиаконвергенции // Медиаконвергенция, которая изменила мир? / Сборник статей к открытой сессии по медиаконвергенции; под ред. М.С. Корнева. - М., 2014. – С. 82.
11. Солганик, Г.Я. Формат и жанр как термины // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2010. – №6. – С. 22-24.
12. Тенденции развития новостного сегмента медиаотрасли России // Центр исследований группы РИА Новости. - М., 2013. – С. 9.
13. Тертычный, А.А. Жанры периодической печати. – М., 2000. – 310 с.
14. Audience engagement at BuzzFeed: taking sharing seriously. – URL: <http://www.wan-ifra.org/articles/2013/04/23/audience-engagement-at-buzzfeed-taking-sharing-seriously>.

УДК: 070
ББК: 76.0

Жилавская И.В.

КАЧЕСТВО ЖУРНАЛИСТИКИ КАК МЕДИАОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОБЛЕМА

Zhilavskaya I.V.

THE QUALITY OF JOURNALISM AS THE MEDIA EDUCATIONAL PROBLEM

Ключевые слова: медиаобразовательный потенциал СМИ, медиаобразовательные технологии, качественная журналистика, редакционная политика, рыночная модель СМИ, некоммерческий формат работы СМИ.

Keywords: media education potential of the media, media education technology, quality journalism, editorial policy, the market media model, a non-profit media format of work.

Аннотация: в статье рассматривается проблема качества журналистики, ее предназначения и соответствия понятию «социальный институт» в контексте кризисных явлений, которые испытывают сегодня современные средства массовой коммуникации. Одним из перспективных способов выхода из проблемной ситуации представляется комплекс медиаобразовательных технологий работы с аудиторией. Медиаобразовательный потенциал СМИ сегодня как никогда актуален, а потому требует выявления, анализа, осмысления и предложения современным редакционным коллективам в качестве эффективных практик.

Abstract: in the article the author describes the problem of the quality of journalism, its mission and compliance with the concept of "social institution" in the context of the crisis in which media exist today. One of the promising ways out of the problem is the complex of media educational technology works with the audience. Today the media educational potential of the mass media is particularly relevant, and therefore requires the identification, analysis, interpretation, and offers modern editorial teams as good practices.

Системный кризис, который охватил современные средства массовой коммуникации по всему миру, тесно связан с использованием традиционной и на сегодняшний день устаревшей бизнес-моделью духовного производства. Известный американский колумнист Майкл Мариначчио (Michael Marinaccio) называет несколько факторов, которые способствуют нарастанию кризисной ситуации в системе масс-медиа. Это разрушение института печатной журналистики, стремительный рост интернет-потребления в ущерб телевидению, отток рекламных бюджетов из-за падения аудиторных показателей, успех небольших нишевых медиа.¹

Его слова подтверждают данные ZenithOptimedia о глобальном медиапотреблении. По оценкам этого авторитетного агентства, в 2014–2017 годах доля ТВ снизится на 2,3 п.п.; газет — на 3,2 п.п.; журналов — на 1,5 п.п. Внимание потребителей переключится на мобильный интернет, чья доля вырастет с 5,1% до 12,9%.²

Рост влияния социальных сетей и практически неограниченный доступ к информации привели к тому, что журналистика как социальный институт по профессиональному сбору и обработке информации начала стремительно обесцениваться. Информация поступает к потребителю по многочисленным каналам, которые зачастую не являются официально зарегистрированными СМИ.

В этой ситуации французский профессор экономики Джулия Кейдж (Julia Cagé) высказала предположение, что СМИ для того, чтобы выжить, должны переключиться на схему неприбыльной работы. Она утверждает, что медиа как бизнес исчерпали свой потенциал монетизации. Кейдж обращает внимание, что «если медиа будущего будут зависеть от богатых инвесторов, на пути встанет множество опасностей».³ Полагаясь на один источник финансирования, медиа теряют независимость. Крупный бизнес пользуясь плачевным состоянием СМИ, покупает их целиком, что ставит под удар дальнейшую работу организации. Недавним приме-

¹ Michael Marinaccio. It's time for nonprofit media organizations [Электронный ресурс] <https://medium.com/the-politic/its-time-for-nonprofit-media-organizations-c5da3de97c4b#9nswkfiaa> (дата обращения: 02.06.2016).

² ZenithOptimedia. ADVERTISING EXPENDITURE FORECASTS JUNE 2014 [Электронный

ресурс] <http://www.zenithoptimedia.com/shop/forecasts/advertising-expenditure-forecasts-jun-2014-copy/> (дата обращения: 03.06.2016).

³ Julia Cagé. Saving the Media. Belknap Press. — 2016. P. 176.

ром может служить основатель Amazon.com Джефф Безос (Jeff Bezos), который приобрел легендарную газету Washington Post – сумма сделки составила всего 250 млн долларов. Аналогичная ситуация складывается вокруг российского медиахолдинга РБК.

Сегодня становится понятным, что демократизация медиа, участие аудитории в медиапроизводстве постепенно убивают профессиональные коммерческие СМИ. В условиях высокого спроса на оперативную информацию журналистика испытывает большие трудности. Парадокс заключается в том, что еще никогда не было столько производителей информации, как сегодня, притом, что СМИ еще никогда не пребывали в худшем положении. В медиaprостранстве каждую секунду самостоятельными авторами обрабатывается столько информации, что потребность в профессиональных журналистах становится минимальной.

Учитывая сложившиеся обстоятельства Кейдж предлагает реструктуризацию медиаорганизаций путем создания «неприбыльных медиаорганизаций (НМО)» (nonprofitmedia organization NMO). Так же, как и университеты, утверждает Кейдж, новостные СМИ предоставляют общественное благо и заслуживают специального налогового статуса. В задачи данной статьи не входит анализ подобной модели функционирования массмедиа, здесь можно лишь констатировать факт, что журналистика как бизнес не справилась с задачей предоставления новостей в виде общественного блага. Популярные СМИ вынуждены служить двум господам: справедливости и прибыли, а они вместе не уживаются.

В связи с этим, как справедливо отмечает Майкл Мариначчио, медиаорганизации сегодня зажаты в стальные оковы, будучи одновременно и арбитрами правды, и шутами. Если мы можем снять с них хотя бы роли комиков и троллей, возможно, нам удастся сохранить новости как общественное благо и оставить СМИ на страже информации и знаний.¹

Это может произойти в том случае, если СМИ в полной мере осознают свой медиаобразовательный потенциал, направленный на работу с аудиторией. В журналистских редакциях, как форма внешних коммуникаций, выделяется комплекс технологий, отвечающих непосредственно за работу с читателями, зрителями, слу-

шателями. Часть этих технологий носит медиаобразовательный характер. Но это не традиционная работа со стажерами журфаков, хотя и в ней могут использоваться медиаобразовательные практики.

Медиаобразовательные технологии, главным образом, направлены на широкую аудиторию. Они способствуют трансформации роли пользователя СМИ из потребителя в реального автора, создателя медийного контента. И задача специалистов медиаотрасли, понимающих смысл и значение медиаобразования в современной жизни, способствовать повышению уровня медиакомпетентности аудитории, с чьим вниманием и информационными потребностями работает данное конкретное СМИ. Как отмечает А.П. Короченский, «медиаобразование и журналистика объективно являются союзниками в формировании в российском обществе высокой медиакультуры граждан».²

Кто, как не журналисты, могут показать, как быстро и профессионально искать информацию, добывать ее, критически оценивать и создавать новый информационный продукт социального характера? Специалисты медиаотрасли владеют всеми тонкостями формирования информационной повестки дня, технологиями сбора и обработки информации, техническими навыками работы с современным медиатекстом.

В этом процессе важно отметить, что так называемые народные корреспонденты, создавая свой самостоятельный контент, существенно снижают представления массового потребителя о качественном медиатексте. Обилие непроверенной информации, большие проблемы с русским языком, сниженная лексика, некачественное видео, низкого уровня фотографии, плохой звук – все это признаки непрофессиональной работы, которая автоматически переносится на профессию журналиста. Это негативно сказывается на качестве медиасреды в целом и конкретных СМИ, в частности. В подобных обстоятельствах медиаобразование, медиапросвещение населения – это, с одной стороны, зона социальной ответственности медиапредприятий по учету интересов и реализации прав граждан на качественную информацию, с другой, в определенном смысле форма самосохранения и самозащиты от размывания профессиональной деятельности вплоть до утраты профессии.

Учитывая теоретическую основу понятия

¹ Michael Marinaccio. It's time for nonprofit media organizations [Электронный ресурс] <https://medium.com/the-politic/its-time-for-nonprofit-media-organizations-c5da3de97c4b#9nswkfiaa> (дата обращения: 02.06.2016).

² Короченский, А.П. Отечественная журналистская наука: между пошлым и будущим / Журналистика и медиаобразование в XXI веке: сб. научных трудов Междунар. науч.- практ. конф. (Белгород, 25–27 сентября 2006 г.). Белгород: Изд-во БелГУ, 2006. С. 18.

«потенциал» и применяя ее к задачам медиаобразования, можно заключить, что *медиаобразовательный потенциал СМИ – это необходимые средства и условия для реализации целенаправленной деятельности редакционного коллектива по повышению уровня медиакомпетентности своей аудитории, роста ее медиакультуры.*

Медиаобразовательный потенциал редакции может быть низким и высоким, в какой-то период времени по разным причинам его можно утратить. Это складывается, когда в редакции не происходят процессы перехода от годами сложившейся вещательной модели информационной работы к более современной – интерактивной, предполагающей тесное взаимодействие с аудиторией, различными социальными группами, сообществами.

Условия, при которых возможно эффективное раскрытие медиаобразовательного потенциала СМИ – это мотивация руководства редакции и ее коллектива, корпоративная культура, высокий уровень социальной ответственности, а также развитая окружающая медиасреда, медиаактивность граждан, способных осознавать свои информационные потребности.

Медиаобразовательный потенциал СМИ может базироваться на собственном опыте работы редакции по взаимодействию с аудиторией, либо на успешных практиках других редакций. И этот ресурс становится источником для развития медийной организации в области медиаобразования. На этой основе в сочетании с современными исследованиями и экспериментами возникают резервы, которые помогают редакции по-новому проявить свой медиаобразовательный потенциал и получить в перспективе новые возможности.

Для того, чтобы оценить этот потенциал, исследовательской группе кафедры ЮНЕСКО медиа-информационной грамотности и медиаобразования граждан МПГУ необходимо было сначала найти СМИ, которые используют в своей работе медиаобразовательные технологии, выявить наиболее эффективные практики, проанализировать их, охарактеризовать, классифицировать и сделать выводы, с учетом того, что данная работа – это только первый этап масштабного исследования роли СМИ в медиаобразовании граждан.

Нами была проанализирована информация о деятельности более чем 150-ти редакций газет, теле- и радиокompаний, сетевых изданий Москвы, Подмосkовья и некоторых регионов России. Были проведены более 60 экспертных интервью с журналистами, редакторами, медиаменеджерами, кураторами и координаторами медиаобразовательных проектов, которые поде-

лились своими оценками, мнениями по поводу данного вида деятельности медиаорганизаций.

В результате соответствующего мониторинга медиарынка сложилась общая картина, которая характеризует вовлеченность редакций в медиаобразовательную деятельность.

Это в большей степени региональные и местные СМИ, главным образом печатные издания, благополучателями в которых являются в основном школьники, студенты или пенсионеры. Организуют медиаобразовательные проекты, как правило, женщины среднего возраста, по личной инициативе. Это, как правило, главные редакторы, их заместители, шеф-редакторы или опытные журналисты. Медиаобразовательные проекты реализуются по большей части на некоммерческой основе, однако есть и успешные примеры коммерческих историй. По типу проектов – это, в основном, образовательные и просветительские, в особенности, краеведческие, значительно реже встречаются издательские проекты. По тематике – исторические, патриотические, семейные. Формы их воплощения разнообразны: школы журналистики и выставки фотографий, конкурсы видеосюжетов, вкладки, страницы или отдельные выпуски газет; всевозможные события и мероприятия – игры, фестивали, творческие встречи; а также расследования, документальные фильмы и многое другое. Практически все медиаобразовательные проекты завершаются созданием медиапродукта. При этом все чаще применяются современные цифровые технологии, особенно эффективно их используют сетевые издания.

Однако в общем объеме СМИ с точки зрения реализации медиаобразовательного потенциала было выявлено не более 15% редакций, которые реально и осознанно используют в своей работе медиаобразовательные технологии.

Часто организаторы не очень понимают, чем отличаются медиатехнологии от медиаобразования. Путаницу в понятийный аппарат вносят и некоторые исследователи, называя профессиональную журналистскую подготовку специалистов медиаотрасли медиаобразованием.¹ При этом экспериментов в данной области довольно много.

Весьма распространенным явлением представляется текущая работа с практикантами, которая направлена на подготовку кадров

¹ Федоров А.В., Чельшева И.В., Мурюкина Е.В., Горбаткова О.И., Ковалева М.Е., Князев А.А. Массовое медиаобразование в СССР и России: основные этапы / Под ред. А.В. Федорова. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 8.

для редакции. В частности, как медиаобразовательную технологию трактуют в газете «Московский комсомолец» работу со студентами Международного университета в Москве. Задачи проекта – «обучить стажеров снимать ролики, монтировать видео; грамотно, увлекательно и достоверно писать тексты; делать к ним качественные фотографии; научить верстать газетные полосы; ознакомить с теоретическим курсом дисциплин по медиаменеджменту, интернет-, телевизионной и печатной журналистике».

В экспертном интервью редактор отдела культуры «Московского комсомольца» Марина Райкина, которая является одним из наставников студентов, отметила, что она проводит лекции *«с привлечением медиаобразовательных технологий – фото, видео и компьютерных технологий и интернета. Я отправляю стажеров на задания в театры, музеи, цирки и консерваторию. Потом в ходе круглого стола мы обсуждаем ошибки, достоинства и недостатки работ»*. На вопрос об организационной основе проекта М. Райкина ответила, что организуют эти практики декан факультета журналистики МУМ Павел Гусев и преподаватели факультета Татьяна Федоткина и Александр Мельман, которые по совместительству являются сотрудниками редакции «МК». *«Но это не только личный интерес трех людей, а каждого из нас, поскольку нам на руку, что по окончании вуза в редакцию приходят подготовленные кадры. Проект реализуется на профессиональном уровне и постоянной основе, мы имеем за каждого практиканта доплаты. Возможно, поэтому он существует уже 14 лет»*.

Многие эксперты во время нашего интервьюирования впервые задумывались над целью своей работы.

«Медиаобразование» для нас термин новый, но изучив вопрос, я понял, что мы им активно и давно занимаемся, только в нашей редакции мы это называем интерактивными проектами, – отметил зам. главного редактора ТРК «Истоки» (г. Орёл) А.В. Ерохин, куратор интерактивных проектов медиахолдинга, – *Руководжу данным направлением лично я, создаем мы такие проекты совместно с рекламным отделом и нашими журналистами. У нас разные проекты, и цели тоже разные. Какие-то конкурсы идут от редакции для привлечения аудитории; в социальных сетях, чтобы повысить лояльность, раскрутить этот ресурс. Конкурсы и викторины на радио – это уже традиция. Активно организуем интерактивы к праздникам, чтобы повысить интерес и к нашей компании, и к продукции или услугам партнеров. Сейчас совместно с комитетом социальной*

политики г. Орла активно продвигаем конкурс «Галерея славы Я ГОРЖУСЬ!», приуроченный к 450-летию города. Конечно, ожидаем при этом повышенный интерес к каналу, а это и повышенные цены на рекламу!»

Как видим, технологии работы с аудиторией используются для повышения интереса к СМИ и рекламы партнеров. Безусловно, вся эта деятельность продуктивна, но имеет мало общего с медиаобразованием.

Высоким медиаобразовательным потенциалом обладают те СМИ, которые через интерактивные технологии формируют у своей аудитории медийную культуру. В качестве примера можно привести многообразный опыт сетевого издания «Медуза» (гл. редактор Галина Тимченко) и, в частности, ее картотеку (редакторы Александр Борзенко и Денис Дмитриев). Карточка – это особый формат графически представленного вопроса и лаконичного ответа, который побуждает к критической оценке информации: *«Навальный сотрудничает с разведкой. Что в этом странного?»; «В Госдуме придумали закон против коллекторов. Их что теперь запретят?»; «На что имеет права охранник в магазине?» и т.д.*

Медиаобразовательный эффект имеют интерактивные игры «Медузы». К примеру, тест *«Ван Гог или робот?»*

Искусственный интеллект «Яндекса» пытается ввести вас в заблуждение, – предупреждает «Медуза». 30 марта исполнилось 163 года со дня рождения Винсента Ван Гога. В честь этой даты «Яндекс» научил свой искусственный интеллект копировать стиль художника: алгоритм, в основе которого разработка университета Тюбингена, может преобразовать реальную фотографию так, чтобы она была похожа на работу Ван Гога. «Медуза» предлагает читателям отличить картины нидерландского художника от произведений робота, ответив на 11 вопросов. Аналогичные тесты разработаны для расчета вашей пенсии, на знание удивительных метафор Андрея Платонова, какие слова скажет Владимир Путин в своей «прямой линии», как правильно комментировать резонансные события и т.д.

Непременная проверка на достоверность информации, что является одним из критериев медиаграмотности, подтверждается на «Медузе» для читателей новостей обязательными редакционными маркерами «Требуется подтверждение» (желтый) или «Надежный источник» (зеленый). Все это в комплексе делает сетевой издание в целом весьма эффективным медиаобразовательным проектом.

Электронное периодическое издание «Ти-

пичная Москва» в качестве эффективной медиаобразовательной технологии использует лонгрид как многостраничный материал, который, благодаря тексту и интерактивным элементам, таким как иллюстрации, цитаты, инфографика, видео, гиперссылки и проч., позволяет полностью погрузиться в заданную проблематику. Разбитый на части текст, представленный в различных форматах, помогает читателю преодолеть «информационный шум» и сосредоточиться на интересующей теме.

Как рассказывает Игорь Сумин, главный редактор и основатель «Типичной Москвы», а также организатор внедрения медиаобразовательной технологии в своем издательстве, *«идея внедрения жанра лонгрид на портале «Типичная Москва» как медиаобразовательной технологии пришла с осознанием того, что в аудитории появился запрос на глубокие, качественные тексты, которые могут показать и раскрыть некую проблему со всех сторон. Более того, такие материалы помогают нам, информационно-развлекательному portalу, стать особенным проектом на медиарынке. Когда я понял, что лонгриды востребованы и находят живой отклик у аудитории, то собрал свою команду и предложил развивать это направление. Мы разработали собственную специальную площадку для создания материалов в этом жанре и дали к ней доступ всем нашим авторам, которые проявили интерес к этой теме, и у которых есть желание попробовать себя в этом жанре. В настоящий момент группа специалистов «Типичной Москвы» обучают авторов писать в жанре лонгрид. Она же занимается их выпуском. Периодичность обусловлена самим жанром, так как хороший лонгрид создается примерно в течение месяца. Но мы, безусловно, планируем развивать и работать в этом жанре дальше».*

Как признаются авторы, организуя этот медиаобразовательный проект, они преследовали несколько целей. Первая – уникальность. Сделать информационно – развлекательный лонгрид достаточно проблематично, особенно привязать его к какому-то информационному поводу, поэтому всякий раз продукт представляет собой уникальную историю. Вторая и самая главная цель – это преобразование аудитории, работа с ней, и создание социально-ответственного контента. *«Жанр лонгрида мы считаем медиаобразовательной технологией для аудитории, так как он сочетает в себе различные медийные форматы, помогающие развитию способов восприятия окружающей среды, а также развитию воображения, анализа и комплексного подхода к работе с медиатек-*

стом».

Ярким примером многофункциональной медиаобразовательной технологии СМИ является ежегодный проект «Медиаполигон-24» федерального журнала «Русский репортёр». Для проведения полигона организаторами выбирается один из крупных городов России или стран ближнего зарубежья. К участию приглашаются студенты, журналисты, фотографы, видеографы и все, кто хочет выйти за границы стандартной журналистики и научиться видеть новости в повседневной жизни.

Проект реализуется в течение недели, когда ежедневно проводятся интерактивные лекции и мастер-классы от сотрудников журнала «Русский репортёр», научно-популярного издания «Кот Шрёдингера» и ведущих медиаспециалистов города. В формате дискуссий и круглых столов обсуждаются актуальные вопросы функционирования современной городской медиасреды.

Завершается неделя главным событием «Город-24» – это 24 часа непрерывной онлайн трансляции новостных заметок, фотографий и видеосюжетов в формате тотальной журналистики. Как считает Наталья Кузнецова, продюсер по спецпроектам журнала «Русский репортёр» и организатор проекта «Медиаполигон-24», тотальная журналистика – это новый формат подачи информации о городе или каком-то масштабном событии. Основой его является текстовая трансляция с фотоиллюстрациями в режиме реального времени, состоящая из коротких заметок и фотографий. Тотальной журналистике присуща ориентированность на людей и новости из повседневной жизни. Точного научного определения этого жанра пока нет. Это эксперимент на пути к созданию особой формы отображения реальности через максимальное количество источников в режиме онлайн.

В рамках одной статьи невозможно представить весь многообразный опыт медиаобразовательных практик СМИ. Хочется лишь отметить их типическую особенность, которая заключается в стирании границ между редакцией и окружающей медиасредой. Средства массовой информации становятся центром медийной, социальной, образовательной, гражданской активности.

Неслучайно в 2016 году победителями конкурса «10 лучших газет России», уже во второй раз организованного Союзом журналистов России, журналом «Журналистика и медиарынок» и некоммерческим партнерством «Альянс независимых региональных издателей» были признаны редакции, которые действительно яв-

ляются подобными центрами и в полной мере реализуют свой медиаобразовательный потенциал. Это газеты «Березниковский рабочий», «Вечерний Краснотурьинск», «Городские вести. Еженедельник Первоуральска», «Змеиногорский вестник», «Качканарский четверг», «Курьер. Среда. Бердск», «Моё!», «Пензенская правда», «Свободный курс» и «Якутск вечерний».

В качестве примера, достаточно привести редакцию газеты «Березниковский рабочий», которая на основе своего первого медиаобразовательного опыта создала Учебный центр «Березниковский рабочий». Более 3 000 человек в возрасте от 27 до 85 лет закончили здесь курсы компьютерной грамотности, основ журналистского мастерства. Сегодня «Березниковский ра-

бочий» предлагает горожанам около 20 обучающих программ. И это приносит редакции ежемесячный доход не менее 200 000 рублей.

В сфере массмедиа именно журналисты редакций бумажных, электронных и цифровых газет, журналов, теле- и радиокompаний способны сформировать ту медиаграмотную аудиторию, которая будет готова задать новые профессиональные стандарты для медиаотрасли в целом. В этом смысле медиаобразовательный потенциал СМИ огромен, возможно именно он станет эффективным рычагом, с помощью которого средства массовой информации смогут вытащить себя из рутины повседневности, застоя и того кризиса, в каком сегодня находится российская, да и вся мировая журналистика.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Абалкин, Л.И. Назревшие перемены /Л.И. Абалкин// Вопросы экономики. – 1998. – № 6.
2. Короченский, А.П. Отечественная журналистская наука: между пошлым и будущим / Журналистика и медиаобразование в XXI веке: сб. научных трудов Междунар. науч.-практ. конф. (Белгород, 25–27 сентября 2006 г.). - Белгород: Изд-во БелГУ, 2006. - С. 18.
3. Пронина, Л.А. Основы информационной теории культурно-образовательного пространства: монография / Л.А. Пронина. – Тамбов, 2007.
4. Проскуряков, В.М. Экономический потенциал социальной сферы: содержание, оценка, анализ / В.М. Проскуряков, А.И. Самоукин. – М.: Экономика, 1991. – 157 с.
5. Реантович, Е.А. Смысловые значения понятия «потенциал» // Международный научно-исследовательский журнал. Экономические науки. Декабрь, 2012 - [Электронный ресурс]. - <http://research-journal.org/economical/smyslovye-znachenie-ponyatiya-potencial/> (дата обращения: 11.04.2016).
6. Стюарт, Т. Богатство от ума / Т. Стюарт. – Мн.: Парадокс, 1998.
7. Lukas R.E. Jr. On the Mechanics of Economics Development / AJournal of Monetary Economics. – 22(1), July 1988. – P. 8–10.
8. Michael Marinaccio. It's time for nonprofit media organizations - [Электронный ресурс]. - <https://medium.com/the-politic/its-time-for-nonprofit-media-organizations-c5da3de97c4b#.9nswkfiaa> (дата обращения: 02.06.2016).
9. Schultz T. Investment in Human Capital: the Role of Education and of Research. – N.Y., 1971. – P. 4–6.
10. Julia Cagé. Saving the Media. Belknap Press. – 2016. P. 176.

УДК: 070
ББК: 76.01

Иванов А.Д.

ЧАТ-БОТ В TELEGRAM И ВКОНТАКТЕ КАК НОВЫЙ КАНАЛ РАСПРОСТРАНЕНИЯ НОВОСТЕЙ

Ivanov A.D.

CHATBOT IN TELEGRAM AND VKONTAKTE AS THE NEW CHANNEL OF NEWS DISTRIBUTION

Ключевые слова: журналистика, роботизированная журналистика, автоматизированная журналистика, вычислительная журналистика, персонализированная журналистика, машинное обучение, чат-боты, мессенджеры, медиатренды, распространение информации, Telegram, ВКонтакте, социальные сети.

Keywords: journalism, robotic journalism, automated journalism, computing journalism, personalized journalism, machine learning, chatbots, messengers, media trends, distribution of information, telegram, vkontakte, social networks.

Аннотация: в статье исследуется процесс трансформации каналов распространения информации от СМИ к пользователю. Автор анализирует влияние новых тенденций, связанных с развитием технологической составляющей журналистики, на формат медиапотребления аудитории. Особое внимание уделяется изучению опыта российских передовых средств массовой информации по использованию чат-ботов в мессенджере Telegram и социальной сети ВКонтакте для оперативной доставки новостей. Автор делает предположение о дальнейших экспериментах СМИ, определяемых развитием технологий.

Abstract: the article studies the process of transformation of channels for information distribution from the media to the user. The author analyzes influence of the new tendencies connected with development of a technological component of journalism on a format of media consumption of audience. The special attention is paid to studying of best practices of the Russian mass media on use a chatbots in the Telegram and VKontakte for expeditious delivery of news. The author does the assumption of further experiments of the mass media determined by development of technologies.

Все отрасли науки, так или иначе связанные с большими базами данных (т.н. «big data»), приходят к выводу, что человек крайне ограничен в своих вычислительных и аналитических возможностях – это открывает огромный простор для всевозможного машинного обучения, начиная от исследований активности абонентов телекоммуникационных систем, заканчивая анализом поведения элементарных частиц в адронном коллайдере. Известные медиаисследователи Мануэль Кастельс, Майкл Паркс и Брегтье ван дер Хаак уверены, что тренд на роботизацию в журналистике в ближайшее время будет только расти: «по мере развития автоматизированной журналистики, основной задачей которой станет, скорее всего, сбор данных, все больше будет усиливаться компонент интерпретации, анализа и качественного рассказа в журналистике»¹.

Эксперименты по внедрению в работу ре-

дакции автоматизированных систем, позволяющих искать, обрабатывать и распространять информацию, свидетельствуют о том, что СМИ постоянно ищут новые способы работы с информационными потоками. Передовые международные медиа активно изучают возможность применения роботов, способных анализировать массивы данных и писать полноценные журналистские тексты. На данный момент существует четыре основных прототипа, которые внедрены в реальную работу крупных редакций – «Quakebot» в «Los Angeles Times», «GUARBOT» в «The Guardian», «Wordsmith» в «Associated Press» и «Narrative Science» в «Forbes»². Эти алгоритмы существуют на грани журналистики и программирования – благодаря развитию технологий редакции СМИ получили себе в штат настоящих «универсальных солдат», которые в перспективе смогут значитель-

¹ Van der Haak B., Parks M., Castells M. The future of journalism: Networked journalism // International Journal of Communication. – 2012. – Т. 6. – С. 16.

² Иванов А. Д. Роботизированная журналистика и первые алгоритмы на службе редакций международных СМИ // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2016. – №. 2 (16). – С. 32-40.

но экономить бюджет.

В основе роботов-журналистов – программный код, который анализирует отчеты различных ведомств и служб, исследует архивы и по заданному шаблону готовит тексты. Робот заполняет заготовленный журналистом шаблон, состоящий из переменных вида «имя собственное», «глагол совершенного вида в прошедшем времени» и других, подставляя в него подходящие новые данные, полученные в ходе анализа информационного массива. Алгоритм долго «обучается», дорого стоит и требует наличия у создателя навыков программирования – представить сегодня такую разработку на службе региональной редакции довольно сложно¹. Но первые успехи в обучении компьютеров естественному языку задают масштабный тренд на ближайшие десятилетия – новостная журналистика со временем сможет выполнять рутинные нетворческие процессы с помощью автоматизированных алгоритмов.

Более дешевые и простые по своей «начинке» роботы доступны для редакций средств массовой информации уже сейчас – своеобразное второе пришествие переживают мессенджеры, подарившие человечеству возможность создавать функциональных чат-ботов.

С момента появления и массового распространения интернета значительно изменилась сама информационная среда и, следовательно, привычки аудитории, форматы медиапотребления. Ю.Н. Зинина в своей работе «Об изменениях коммуникационного ландшафта в эпоху интернета и социальных сетей»² выделяет несколько коммуникационных трендов, ярко наблюдаемых сегодня: преобладание горизонтальной коммуникации над вертикальной, персонификация коммуникации, увеличение скорости процесса коммуникации, возрастание плотности информационного потока и, как следствие, усиление информационного шума, актуализация этических вопросов коммуникации. Все эти тенденции объединяет один глобальный тренд, связанный с развитием мобильного интернета и носимых гаджетов.

По данным проекта TNS Web Index за январь-март 2015 год, из 82 миллионов россиян в возрасте от 12 до 64 лет, пользующихся интернетом, целых 50 миллионов выходили в Сеть с

помощью мобильных устройств³.

Данные международного Омнибуса GfK, специализирующегося на маркетинговых исследованиях, говорят о том, что «пользование Интернетом со смартфонов выросло за год более чем в два раза». В 2014 году процент россиян в возрасте от 16 лет, выходивших в интернет со смартфона, составил 17,6 процентных единиц, с планшета – 8,4; а уже к концу года эти показатели равнялись 37,2 и 19,2 процентным единицам, соответственно⁴.

ВЦИОМ в своем исследовании устройств для выхода в интернет, опубликованном в середине 2015 года, заявил о снижении популярности стационарных устройств среди российской интернет-аудитории. «Так, с 2012 г. доля тех, кто для выхода в Сеть пользуется планшетом, выросла в 10 раз (с 4% до 41%, в том числе 21% – ежедневно), смартфоном – в 3,5 раза (с 15% до 55% – в том числе 39% – ежедневно)»⁵.

По мнению Д.Э. Коноплева, «закат десктопов» характеризуется не просто трансформацией канала распространения информации, но и значительными изменениями в потребностях аудитории как к контенту, так и к формату подачи:

«Переход аудитории к мобильным устройствам вынудил сайты не только сделать приложения на iOS и Android, но и привел к изменению дизайна сайтов, типу и качеству контента и механизмам его трансляции. Часть изменений были продиктованы пониманием изменившихся потребностей аудитории со стороны самих СМИ, часть – требованиями рекламодателей, которые на протяжении длительного времени без особого энтузиазма смотрели на интернет-рекламу, но изменили свое мнение с появлением смартфонов и планшетов».

Сочетание всех этих информационных и технологических тенденций привело к формированию более «интимной» коммуникации человека с брендом (в том числе со СМИ) путем использования публичных чатов и частных

³ Доля эксклюзивных пользователей мобильного Интернета в России 100 000+ за год выросла на 90% // TNS Russia. URL: <http://www.tns-global.ru/press/news/344111/> (дата обращения: 01.06.2016)

⁴ Исследование GfK: за 2015 год интернет-аудитория в России увеличилась еще на 4 млн. человек // GfK Russia. URL: <http://www.gfk.com/ru/insight/press-release/issledovanie-gfk-za-2015-god-internet-auditorija-v-rossii-uvelichilas-eshe-na-4-mln-chelovek/> (дата обращения: 10.05.2016)

⁵ Интернет: новая эра мобильных устройств // ВЦИОМ. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115255> (дата обращения: 11.06.2016)

¹ Иванов А. Д. Современное состояние роботизированной журналистики // Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия. – Екатеринбург, 2016. – 2016. – С. 106-109.

² Земская Ю. Н. Об изменениях коммуникационного ландшафта в эпоху интернета и социальных сетей // Научный журнал. – 2015. – С. 187-190.

диалогов в мессенджерах, получивших очередное признание и развитие в 2015-2016 годах.

Первой службой обмена сообщениями между пользователями персональных компьютеров стал интернет-пейджер ICQ, выпущенный в 1996 году израильской компанией «Mirabilis». Мессенджер пережил несколько крупных сделок по продаже бизнеса и в итоге оказался в числе активов Mail.ru Group – по данным TNS, в апреле 2015 года аудитория ICQ составила всего 480 тысяч человек¹ (к примеру, в 2010 году аудитория интернет-пейджера достигала 40 миллионов человек). На примере ICQ можно зафиксировать популярности аналогичных сервисов среди аудитории в 2010-х годах, а также проследить значительный спад интереса аудитории к мессенджерам в связи с мощным развитием социальных сетей. Однако последние годы ситуация вновь меняется – на фоне общего увеличения информационного шума, генерируемого мобильными приложениями, социальными сетями, медиасервисами и СМИ, значительно выросшее семейство служб по обмену сообщениями возвращает старую и завоевывает новую аудиторию. О подобном развитии событий в ежегодном отчете о развитии медиа «Media, journalism and technology predictions» говорил медиастратег Ник Ньюман (Nic Newman). Он выделил четыре основных медиатренда на 2015 год, среди которых было также бурное развитие мессенджеров: «Приложения для обмена сообщениями, такие как WhatsApp, WeChat, Line, Snapchat, начинают угрожать «традиционным» социальным сетям и становятся новым эпицентром для цифровых инноваций. Эти сервисы показывают ежеквартальный рост на 15% и более, поскольку они стремятся стать главным приложением всей мобильной аудитории»².

По данным РБК, на конец 2015 года аудитория мессенджера Viber в России составила 50 миллионов активных пользователей, а сервиса WhatsApp – 30 миллионов³. Для сравнения – аудитория главной российской социальной сети «VKontakte» на конец 2015 года составляла чуть

больше 73 миллионов аккаунтов.

Что все эти цифры означают для средств массовой информации? Нужно искать новые каналы распространения, анализировать аудиторию, менять позиционирование и экспериментировать. Медиасреда изменяется настолько быстро, что главные коммуникационные тренды могут трансформироваться даже в течение 1-2 лет, что раньше было сложно представить. Тренд на периодическую печать, заданный в России в Петровскую эпоху, продержался без малого 200 лет! Теперь у руководителей СМИ есть минимум времени, чтобы уловить наметившиеся тенденции, изучить их и внедрить в работу редакции.

Один из трендов, сформировавшийся в конце 2015 – начале 2016 года, заключается в разработке роботов, способных вести с пользователем беседу, отправлять свежие новости, рассказывать о специальных предложениях и отправлять свежие фотографии на завтрак. Появление этой технологии стало закономерным этапом развития процесса индивидуализации носимой техники с помощью анализа интересов и привычек владельца электроники. Ваш персональный помощник в телефоне (Siri, Google Now, Cortana или любой другой) знает, когда вам лучше проснуться утром, какие новости вас заинтересуют, какой маршрут до работы окажется оптимальным; помощник напомнит о встречах и важных датах, посчитает съеденные калории и проведет скрининг показателей организма. В данном случае новые технологии нашли свое применение в работе СМИ – чат-боты в мессенджерах стали очередным каналом доставки информации до пользователя, и в этот раз масс-медиа удалось выйти на самый «теплый» контакт со своей аудиторией.

Существует несколько каталогов чат-ботов, в которых сосредоточены ссылки на алгоритмы с различным функционалом. В самых крупных базах – botfamily.com, storebot.me и telegrambots.info – находится порядка 100 новостных алгоритмов на русском языке. Многие из них не относятся к СМИ, а работают на основе данных популярных сайтов и сервисов.

Опыт российских СМИ в использовании чат-ботов

Самым первым из российских СМИ свой чат-бот запустила «Медуза». На платформе мессенджера Telegram робот появился 20 июля 2015 года⁴ и по сей день доступен для установки по адресу <https://telegram.me/meduzaprobot>.

¹ Данные по аудитории // TNS Russia. URL: <http://www.tns-global.ru/services/media/media-audience/internet/information/> (дата обращения 01.05.2016)

² Media, journalism and technology predictions // Nic Newman. URL: <http://media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2015/01/Journalism-media-and-technology-predictions-2015-FINALo.pdf> (дата обращения: 01.05.2016)

³ Эксперты назвали самый популярный мессенджер в России // РБК. http://www.rbc.ru/technology_and_media/18/01/2016/569cddd29a794722c534df2c (дата обращения 01.05.2016)

⁴ Алан — телеграм-бот Медузы, или еще немного об Elixir // Medium. <https://goo.gl/X88lp7> (дата обращения 10.01.2016)

Функционал сервиса (разработчик назвал бота Алан) дает пользователю возможность после ввода определенных команд получать оперативные горячие новости, ежедневную рассылку «Вечерняя Медуза», актуальный курс валют, позволяет запрашивать у бота подборки новостей по темам и поисковым запросам, но главное – по команде «/cat» присылает в приватный чат случайную новость про котов. «Функция, ради которой мы сделали этого бота», – говорится в инструкции к сервису.

Робот создан на Elixir, представляющем собой динамичный, функциональный язык, предназначенный для построения масштабируемых и поддерживаемых приложений. Основная суть спрограммированного бота – анализ запроса пользователя, исследование rss-ленты сайта Meduza.io и публикация в приватный чат заголовка и активной гиперссылки на материал. Часть процессов выполняется сразу по запросу пользователя, часть – в заданное время (например, рассылка «Вечерняя Медуза»). Таким образом новости издания не теряются среди конкурентов или в ином информационном шуме, а попадают напрямую в руки аудитории, минуя дополнительные звенья коммуникационной цепи.

За последнее время аналогичными чат-ботами обзавелись буквально единицы из российских крупных СМИ. Например, свой алгоритм в популярном мессенджере запустил телеканал НТВ ([telegram.me/ntvbot](https://t.me/ntvbot)), радио «Эхо Москвы» ([telegram.me/echomosbot](https://t.me/echomosbot)) и агентство RussiaToday ([telegram.me/RussiaTodayRusBot](https://t.me/RussiaTodayRusBot)). В отличие от первых двух, telegram-бот RT абсолютно неуправляем и выдает пользователю в чат каждое новостное сообщение, которое публикуется на сайте агентства.

Отсутствие интереса масс-медиа к чат-ботам, возможно, связано с не столь явными перспективами развития данного канала, несмотря на огромную аудиторию мессенджера. Ежемесячно сервисом пользуется 100 миллионов активных пользователей – такую цифру назвал создатель Telegram Павел Дуров на Mobile World Congress 2016, прошедшей в феврале 2016 года в Барселоне¹.

На данный момент боты – это в первую очередь возможность сверхоперативно доставлять контент напрямую потребителю. После программирования и запуска он не требует дополнительного внимания от редакции или жур-

налистов, но тем не менее позволяет постоянно увеличивать трафик на сайт СМИ.

Главный минус существующих алгоритмов – их малая функциональность в контексте интеграции со средствами массовой информации. Бот не понимает естественного письменного языка и тем более человеческого голоса. Общаться с ним можно лишь в рамках заданных команд, набор которых достаточно ограничен. Файзал Кхалид (Faisal Khalid) руководит проектом «Eva», который представляет из себя бота-консультанта в вопросах ипотеки. В авторской колонке на TechCrunch он подробно описывает, почему на данном этапе развития отрасли боты практически непригодны для применения. Автор уверен, что чем больше создатели пытаются заложить в бот функций, тем значительно выше вероятность его некорректной работы: «На данный момент ни один чат-бот не обрел широкую славу и не смог доказать, что является более простым для пользователя, чем то же мобильное приложение»².

В борьбе за аудиторию, которая в последнее время все больше перетекает в мессенджеры, социальные сети внедряют в свой функционал новые возможности, которые до недавнего времени были недоступны. Так, «ВКонтакте» и «Facebook» запустили своих ботов для общения с пользователями. Используя открытый программный код социальной сети (API), теперь можно создать чат-бота, который будет отвечать на вопросы и выполнять простые команды. В контексте изучения особенностей применения чат-ботов в работе СМИ хочется отметить разработки холдингов РБК и СТС.

Общаться с этими ботами можно напрямую в социальной сети «ВКонтакте» – достаточно написать «Привет» в раздел «Сообщения сообщества», чтобы дружелюбный бот начал с вами диалог. Чат-бот СТС доступен по ссылке <https://vk.me/ctc>, РБК – <https://vk.me/rbc>. Алгоритмы не имеют практически никаких схожих функций. СТС-бот может рассказывать о самом телеканале, транслируемых программах, а также принимать предложения по сотрудничеству. В свою очередь РБК-бот представляет собой функциональный алгоритм по получению свежих новостей, оформлению подписки на журнал/газету холдинга, получению консультаций по ряду вопросов (опечатка на сайте, покупка рекламы, сотрудничество и т.д.). С помощью коротких команд можно подписаться на рассылку новостей из 12 разделов РБК: от главных

¹ Аудитория мессенджера Telegram выросла до 100 млн. пользователей // Информационный портал «Узнай все.ру». <http://www.uznayvse.ru/view/78421.html> (дата обращения 10.06.2016)

² Why do chatbots suck? // TechCrunch. <https://techcrunch.com/2016/05/29/why-do-chatbots-suck/> (дата обращения 10.06.2016)

новостей до узкой информации о мире моды.

Оба этих алгоритма созданы на основе Botpult, конструктора ботов для «ВКонтакте» и «Telegram». Сервис был запущен в 2016 году, но уже успел стать популярным среди крупных онлайн-проектов и СМИ – благодаря простой и понятной русскоязычной оболочке, любой пользователь может создать чат-бота из простых блоков с формами типа «Вопрос-Ответ» – создатели Botpult полностью «спрятали» весь процесс программирования под современным пользовательским интерфейсом. До недавнего времени сервис работал по бесплатной схеме, однако теперь есть несколько тарифных планов с абонентской платой.

Структура новостных чат-ботов

Стоит понимать, что любой чат-бот – это код, запрограммированный на определенные действия, которые выполняются в ответ на запрос пользователя. Бот не может начать свою работу самостоятельно или же написать человеку первым. Чтобы алгоритм начал функционировать, необходимо отправить определенный сообщение в адрес чат-бота, после чего пользователь получает перечень имеющихся функций и способы их активации.

Все команды, которые на данный момент может выполнять новостной бот в мессенджере или в социальной сети, можно разделить на два типа по результатам выдаваемых пользователю результатов: статичные и динамичные.

Благодаря выполнению статичных команд, чат-бот способен предоставлять пользователю заранее заготовленную информацию в ответ на запрос. Например, в рамках данной функции чат-бот РБК может рассказать о способах оформления подписки. Эти данные сохранены администратором бота заблаговременно в виде реакции на конкретный запрос пользователя: триггерная функция «если, то» автоматически публикует контент, если видит совпадение в ключе-запросе от человека. Отправив в адрес сообщества телеканала «СТС» в ВКонтакте ключ «4», пользователь получит ответ на вопрос «Как не попасть в черный список или что делать, если я уже попал?». Статичные команды представляют собой самые простые функции ботов, которые основаны на обращении алгоритма к заранее заготовленным шаблонным ответам. Гораздо интереснее дело обстоит с динамичными командами.

Узнать актуальный курс доллара, получить свежую подборку свежих новостей, запросить последние публикации про роботом-журналистов – динамичные функции и команды основаны на обращении бота не к шаблонным текстам, а к обновляемым переменным. С по-

мощью анализа данных биржи, RSS-ленты сайта, поискового алгоритма, чат-бот способен снабжать пользователя сверхактуальными и сверхоперативными данными. Например, при отправке ключа «/4» в адрес telegram-бота Медузы, пользователь получит в ответ информацию о курсе евро, доллара и нефти марки «Brent». А «подписка» на новости спорта от бота РБК позволит оставаться в курсе событий данной тематики в любое время – при появлении новых публикаций в разделе «Спорт» RSS-ленты сайта РБК, бот тут же будет отправлять заголовок и лидер-абзац читателю в индивидуальный чат.

Помимо статичных и динамичных функций боты могут выполнять и более сложные действия: заказывать билеты на поезд, делать снимки с веб-камеры в определенное время и отправлять пользователю, переводить текст на нужный язык, вести беседу и многое другое. Однако на данный момент многие из этих возможностей не используются СМИ в силу ряда причин. Во-первых, СМИ как сервис обладает не таким большим набором функций, которые к тому же можно настолько автоматизировать. Во-вторых, тренд на использование автоматизированных алгоритмов не дошел до массового распространения. Чат-ботами обзавелись буквально единицы, следовательно, нам еще предстоит увидеть расцвет персонализированной журналистики. В-третьих, аудитория еще должна исследовать и полюбить новый канал получения новостной информации в таком формате. Возможно, в скором будущем мы получим возможность оформить и оплатить подписку через чат-бот, получать комментарии с сайта СМИ в индивидуальный чат или, например, следить за парадом благодаря фото- и видеотрансляциям с места событий, которые в автоматическом режиме отправляются пользователю в мессенджер или социальную сеть.

Александр Амзин, С 2005 по 2011 – редактор и шеф-редактор Lenta.ru, ныне занимающий пост директора по развитию холдинга МЕД-МЕДИА, в книге «Как новые медиа изменили журналистику» прогнозирует усиление тренда на персонификацию: «В ближайшие годы усовершенствованные алгоритмы персонализации, рекомендательные алгоритмы, анализ социального графа и голосовое управление интернет-сервисами приведет к созданию автоматических персональных помощников в странах, где используются основные мировые языки. Эти помощники, являясь неотъемлемой частью мобильных операционных систем, в результате окажутся маршрутизаторами медиапотребления, начнут формировать персональную повест-

ку для своего начальника-пользователя»¹.

Выступая в Школе гражданской журналистики с лекцией «Куда мы катимся: журналистика между “Сегодня” и “Завтра”», Юрий Сапрыкин, бывший главный редактор российского журнала «Афиша», выдвинул две гипотезы о том, какими каналами будет пользоваться аудитория для получения новостей: «Мне кажется, что через пять лет мы будем читать все это, во-первых, в мессенджерах, а, во-вторых, в часах. Уж сколько раз это происходило: когда компания Apple выпускает какой-то предмет, который кажется ненужной глупостью, абсолютной блажью и излишеством. Но проходит пять лет, и оказывается, что именно это и становится каким-то базовым средством коммуникации и донесения информации»².

Таким образом, можно выделить несколько магистральных тенденций, которые формируют у СМИ необходимость экспериментов работы с мессенджерами:

1. Активное развитие мобильного интернета и гаджетов

Гонка технологий, которую с целью поддержания продаж искусственно создают крупные компании на подобию Samsung, Apple, Microsoft и т.д., формирует у людей зависимость от новых гаджетов. В купе с постоянным развитием телекоммуникационных сетей мы можем наблюдать явный тренд на дальнейшее развитие смартфонов, носимых гаджетов, встраиваемой и вживляемой электроники. Все это является новыми каналами доставки информации от СМИ пользователю, соответственно, передовым медиа придется существовать в состоянии постоянного эксперимента с новыми технологиями.

2. Рекомендательные сервисы и обучаемые персональные помощники

Развитие сервисов Web 3.0 позволяет глубже погрузиться в потребности аудитории, в форматы медиапотребления. На основе посещенных сайтов, введенных поисковых запросов и прокомментированных публикаций в соцсетях, «обучаемые» алгоритмы создают персональную ленту новостей для каждого отдельного человека. Невероятными темпами развиваются персональные мобильные помощники, внедренные в операционные системы гаджетов, которые зачастую знают привычки и потребности человека лучше его самого.

3. Персонализация журналистики

Прошло время новостей «для всех» – сегодня аудитория хочет читать и смотреть то, что ей интересно и позволяет закрыть потребность в информации, развлечениях. Все медиатренды сводятся к тому, что журналистика станет максимально персонализированным сервисом, и чат-боты на данный момент являются частным примером развития этого процесса.

Развитие социальных сетей, персональных помощников, чат-ботов и вычислительных алгоритмов – все это должно заставить средства массовой информации задуматься о перспективах. Человек давно ушел от формата получения информации исключительно через один канал. Сегодня аудитория потребляет контент всеми возможными способами, начиная от чтения бумажных носителей, заканчивая получением данных через линзы очков. Журналистика в этих условиях должна идти на эксперименты, ведь никто не сможет предсказать траекторию дальнейшей трансформации медиасистемы, в то время как изменения происходят уже сейчас.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Media, journalism and technology predictions // Nic Newman. URL: <http://media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2015/01/Journalism-media-and-technology-predictions-2015-FINALo.pdf> (дата обращения: 01.05.2016).
2. Van der Haak B., Parks M., Castells M. The future of journalism: Networked journalism // International Journal of Communication. – 2012. – Т. 6. – С. 16.
3. Why do chatbots suck? // TechCrunch. <https://techcrunch.com/2016/05/29/why-do-chatbots-suck/> (дата обращения 10.06.2016).
4. Алан – телеграм-бот Медузы, или еще немного об Elixir // Medium. <https://goo.gl/X881p7> (дата обращения 10.01.2016).

¹ Особенности медиапотребления // Как новые медиа изменили журналистику. <http://newmedia2016.digital-books.ru/kniga/osobennosti-mediapotrebleniya/> (дата обращения 13.06.2016)

² Юрий Сапрыкин: «Мы будем читать это в мессенджерах и часах» // МедиаПрофи. <http://mediaprofi.org/mastership/journalism/item/2465> (дата обращения 13.06.2016)

5. Аудитория мессенджера Telegram выросла до 100 млн. пользователей // Информационный портал «Узнайвсе.ру». <http://www.uznayvse.ru/v-mire/78421.html> (дата обращения 10.06.2016).
6. Боты Telegram: всё, что вы хотели про них спросить // Журнал «Журналист». – 2015. – № 11. – С. 58-66.
7. Данные по аудитории // TNS Russia. URL: <http://www.tns-global.ru/services/media/media-audience/internet/information/> (дата обращения 01.05.2016).
8. Доля эксклюзивных пользователей мобильного Интернета в России 100 000+ за год выросла на 90% // TNS Russia. URL: <http://www.tns-global.ru/press/news/344111/> (дата обращения: 01.06.2016).
9. Загидулина, М.В. Стремительное развитие технологий как вызов профессии журналиста // Вестник Челябинского государственного университета. – 2015. – № 5. – С. 7–8.
10. Земская, Ю.Н. Об изменениях коммуникационного ландшафта в эпоху интернета и социальных сетей // Научный журнал. – 2015. – С. 187-190.
11. Коноплев, Д.Э. Закат десктопов: как мобильные платформы меняют медиа и их аудиторию // Вестник Челябинского государственного университета. – 2015. – №. 5 (360). – С. 142-146.
12. Иванов, А.Д. Роботизированная журналистика и первые алгоритмы на службе редакций международных СМИ // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2016. – №. 2 (16). – С. 32-40.
13. Иванов, А.Д. Современное состояние роботизированной журналистики // Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия. – Екатеринбург, 2016. – 2016. – С. 106-109.
14. Интернет: новая эра мобильных устройств // ВЦИОМ. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115255> (дата обращения: 11.06.2016).
15. Исследование GfK: за 2015 год интернет-аудитория в России увеличилась еще на 4 млн. человек // GfK Russia. URL: <http://www.gfk.com/ru/insaity/press-release/issledovanie-gfk-za-2015-god-internet-auditorija-v-rossii-uvelichilas-eshe-na-4-mln-chelovek/> (дата обращения: 10.05.2016).
16. Особенности медиапотребления // Как новые медиа изменили журналистику. <http://newmedia2016.digital-books.ru/kniga/osobennosti-mediapotrebleniya/> (дата обращения 13.06.2016).
17. Степанов, В. Возрождение интернет-мессенджеров: чем они могут быть полезны журналистам? // Журналистыка ў суладдзі з жыццём: да 90-годдзя заслужанага дзеяча культуры Рэспублікі Беларусь, доктара філалагічных навук, прафесара Барыса Васільевіча Стральцова : зб. навук. прац / пад агул. рэд. канд. філал. навук дацэнта В.П. Вараб'ёва. – Мінск: БДУ, 2016. – 2016. – С. 230-236.
18. Уразова, С.Л. Социальные сети как форма общественного диалога и массовых коммуникаций // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры. – 2016. – № 2 (150). – С. 26-33.
19. Чернавский, А.С. «Новые медиа» и развитие журналистики цифровой эры // Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование. – 2015. – Т. 8. – №. 5 (37). – С. 18-24.
20. Эксперты назвали самый популярный мессенджер в России // РБК. http://www.rbc.ru/technology_and_media/18/01/2016/569cddd29a794722c534df2c (дата обращения 01.05.2016).
21. Сапрыкин, Ю. «Мы будем читать это в мессенджерах и часах» // МедиаПрофи. <http://mediaprofi.org/mastership/journalism/item/2465> (дата обращения 13.06.2016).

УДК: 316.77

ББК: 76.0

Ильинская А.А.

ЦЕЛИ И ТЕМАТИКА ПЕРВОЙ АФРО-АМЕРИКАНСКОЙ ГАЗЕТЫ
FREEDOM'S JOURNAL

Ilinskaya A.A.

THE PURPOSE AND SCOPE OF THE FIRST AFRICAN AMERICAN NEWSPAPER
FREEDOM'S JOURNAL

Ключевые слова: *Freedom's Journal*, Американское колонизационное общество, первая афро-американская газета XIX века, афро-американская пресса.

Keywords: *Freedom's Journal*, *Freedom's Journal Magazine*, *American Colonization Society*, the first *African-American newspaper*, *African-American press*.

Аннотация: статья раскрывает реализацию целей и задач по средствам печати первой афро-американской газетой начала XIX века *Freedom's Journal* (1827-1829 гг.). Печатный орган поднимал самые актуальные и острые социально-политические, культурно-социальные вопросы. Впервые в истории США на полосах газеты звучали голоса чернокожих.

Abstract: the article is dedicated to the realization of the purpose and objectives of the first African American newspaper *Freedom's Journal* (1827-1829). The printed body raised the most urgent and hot-burning socio-political, cultural and social issues. For the first time in the US history the voices of the black appeared on the pages of a newspaper.

Р. Пуртц называет газету «дневником эпохи», в который эпоха посредством ежедневных записей заносит свою текущую историю, критикуя и оценивая ее. Можно сказать, что газета является своеобразным монологом эпохи о самой себе, в связи с чем в ней можно отыскать глубинные нервы времени»¹.

16 марта 1827 года, в Мекке американской журналистики, городе Нью-Йорке, вышел первый номер афро-американского еженедельного издания *Freedom's Journal*. Редакторами стали активисты афро-американской общины города – Самуэль Корниш и Джон Браун Рассвум. Первый печатный орган афро-американцев стремился стать опорой своего народа: «Мы несовершенны, но в своем несовершенстве мы и равны. Мы будем говорить о том, что дорого и близко нам, что тревожит нас»².

История начала XIX века поставила перед газетой конкретные цели и определенные задачи. Основными целями стали: во-первых, борьба за отмену рабства, защита интересов и доброго имени афроамериканцев, и, во-вторых, создание инфраструктуры афро-американского сообщества. Издание стремилось стать связую-

щим звеном между афро-американцами, сплотить общины разных городов, чтобы в конечном итоге получить гражданские права и свободы»³.

Бороться газета начала самым фактом своего существования. Ее название символично: с английского *Freedom's Journal* переводится как «дневник свободы» (*freedom* – «свобода», *journal* – «книга или журнал для регистрации, дневник»)»⁴. Эпиграфом газеты стала цитата из «Книги Притчей Соломоновых»: *Righteousness exalteth a nation* («Праведность – возвышает народ, а беззаконие – бесчестие народа»)»⁵. Программой издания стало написание дневника свободы своего народа.

Газета *Freedom's Journal* появилась в период становления США как независимого государства. В начале XIX века страна разрасталась на Юго-Запад, шел процесс урбанизации, рынок демократизировался, школьное образование постепенно становилось общедоступным. Пресса также переживала настоящий бум, становясь экономически независимой за счет предоставления печатной площади под платные объявления и рекламу. По мере консолидации страны

¹ Purtz R. Modern Journalism [Electronic resource]. – URL: http://www.americanjournalism.org/history/hs_es_press.htm (дата обращения: 17.06.2016).

² *Freedom's Journal* [Electronic resource]: 1827–1829. – URL: www.Wisconsinhistory.org/libraryarchives/aa/freed/volume1.asp (дата обращения: 10.06.2016).].

³ Токвиль, А. Демократия в Америке. – М.: Прогресс, 1994. – С. 117.

⁴ Кэмбриджский словарь [Электронный ресурс]. – URL: <http://dictionary.cambridge.org/ru/словарь/англо-русский/freedom> (дата обращения: 10.06.2016).].

⁵ Притчи 14:34 // Библия. Священное Писание Ветхого Завета. – М., 2005. – С. 157.

уходила в прошлое эпоха революционных газет, пресса стала интересоваться своим читателем, акцент смещался в сторону новостей, интересных среднестатистическому гражданину¹.

Но на положение афроамериканцев прогресс начала века практически не повлиял. Юг процветал за счет рабовладения. Север же постепенно запрещал рабство и отпускал невольников, которым некуда было идти: историческая родина была далеко, а «законодательно изменение статуса афроамериканца не было прописано, официально гражданином он не стал. Ему не причиталось какое-либо имущество или «социальная ниша»².

Первая афро-американская газета, аболиционистская по своей направленности, распространяла информацию об ужасах рабства, призывала к его отмене, обличала несправедливые судебные процессы над афроамериканцами и случаи линчевания чернокожих, выступала против программы Американского колониального общества, пропагандировавшего идею возвращения всех освобожденных невольников обратно в Африку³. Кроме того, она ставила своей целью побуждение к образованию и самообразованию, просвещению чернокожих, трезвому образу жизни и умеренности во всем. На ее страницах освещались такие темы, как гражданские права и свободы, экономика, политика, астрономия, инновации, литература, зарубежные и местные новости, начиная от городских и заканчивая федеральными, публиковалась информация о прибытии и отплытии судов. Газета писала о религии и вере; публиковались проповеди и комментарии к Библии, рассказывалось о таинствах брака, исповеди, крещения; печаталась информация о работе афроамериканских организаций и общин, давались адреса и имена свободных чернокожих разных профессий, к которым можно было обратиться за помощью (врачей, парикмахеров, пекарей), примеры наиболее успешных и уважаемых обществом афроамериканцев; публиковала статьи о здоровье, кулинарии, этикете, браке, семье, воспитании детей. Из разнообразия тем можно выделить несколько ведущих, в соответствии с

теоретическим подходом исследователей Беспаловой и Корнилова⁴:

Социально-политическая, постоянными темами которой были: мировая история рабства, рабствование в США; образ афро-американца в американском обществе; Гаитянская Революция как пример осмысленной самоорганизации освобожденного народа; правосудие и образование.

Этнически-общинная, включавшая в себя рассуждения о моральном облике, ценностях и идеалах афроамериканцев, религиозном и духовном воспитании, равенстве людей любого возраста, цвета кожи и пола; традициях и обрядах африканских народов, этнической идентичности американцев африканского происхождения. Публиковались новости общины, биографии выдающихся афроамериканцев, письма читателей, оповещения об открытии новых библиотек, пекарен, школ, церквей и т. д. для чернокожих с указанием адреса и имен владельцев.

Информационно-развлекательная тематика включала в себя не только новости, но и литературу: как этническую, так и мировую; заметки о новейших научно-технических достижениях, занимательных фактах из истории, науки, техники, медицины и искусств.

Тематика определяла рубрики газеты. Социально-политической соответствовали рубрики: «Чернокожие» (*People of colour*), «Африка» (*Africa*) (и всего, что касалось ее колонизации), «Правосудие» (*Justice*). Этнически-общинная находила отображение в таких рубриках, как: «Корреспонденция» (*Original communication*), «О нравственности» (*Moral*), «Наши стремления» (*Ambition*), «Бракосочетания» (*Married*), «Разное» (*Varieties*). Информационно-развлекательная тематика была представлена в: «Альманахе» (*Almanac*), «Поэзии» (*Poetry*), «Местных новостях» (*Domestic news*), «Зарубежных новостях» (*Foreign news*), «Нью-Йорк сегодня» (*New York data*), «Итогах» (*Summery*), «Последней полосе». Рубрики иногда менялись местами или перемежались информационными заметками.

«Чернокожие» – колонка редактора, флагман газеты. В ней обсуждались самые острые проблемы афроамериканцев. Редакторы писали о каждой искренне, но максимально корректно: обсуждались перспективы выхода из рабства, возможные пути вхождения афроамериканцев в гражданское общество, его культурного наследия, шла идеологическая борьба с

¹ Slavery and the Making of America [Electronic resource]. – URL: <http://www.pbs.org/wnet/slavery/experience/living/index.html> (дата обращения: 10.06.2016).

² Boles D. Black Southerners : 1619–1869. – Kentucky: The University Press of Kentucky, 1984. p.114.

³ Freedom's Journal [Electronic resource]: 1827–1829. – URL: www.Wisconsinhistory.org/libraryarchives/aa/freed/volume1.asp (дата обращения: 10.06.2016).

⁴ Беспалова, А.Г., Корнилов Е.А., Корочинский А.П., Станько А.И. История мировой журналистики. – М.-Ростов-н/Д., 2003. – С.427.

предрассудками на счет афро-американцев, привитые обществу, и теми, кто всячески эти предрассудки поддерживал.

На протяжении четырех номеров 1827 г. приводились цифры и факты о рабстве: количество привезенных рабов за разные периоды времени; об основных рабовладельческих штатах; об условиях перевозки рабов (до нескольких тысяч человек, прикованных цепями за руки, ноги и шею во все время путешествия); об условиях их содержания до перевозки в США и уже непосредственно во власти хозяина (изначально выходцы из Африки содержались наравне с наемными рабочими, но с увеличением их числа, социальный статус стремительно падал, а вместе с ним и условия жизни невольников); о рабовладельческих законах и их практике; о восстаниях рабов (порой жестоких и страшных) и роли афро-американцев в Войне за независимость США¹.

Весь материал выстраивался в единую концепцию, сквозной мыслью которой была необходимость придания бывшим невольникам гражданского статуса для их возвращения к нормальной жизни. Например, в статье от 6-го апреля 1827 г., в номере 4.

Ever attempt at a thorough discussion of this subject has always been met with a cry of danger. "You will excite the slaves to insurrection," say they... Until a slave it is all safe. But I ask if there is now no danger? Fear to weak up surrounded by your own peasants?... And I am quite sure - as sure as it is possible for any man in the house or any man in the country to be - that there is a peril at the present moment; and that that peril will increase unless our system is to be alerted. For I know wherever there is oppression there is danger. The question is how it to be avoided? I answer, that it is to be avoided by that spirit of humanity - by doing justice to those whom we oppress - by giving liberty for slavery, happiness for misery as it is in Spanish states where all become free citizens... and there is no use for us to declaim about the danger of avoiding the discussion.

Любая попытка поговорить начистоту о вопросе цвета заканчивается криком ужаса «вы спровоцируете бунт!...держать их в рабстве безопасней. Но я спрошу, так ли это? Если да, то почему под вашими подушками оружие? Нет ли страха проснуться, окруженным собственными крестьянами? Я, как любой горожанин или селянин, уверен, что угроза есть. И будет только рас-

ти, пока не взорвет существующую систему. Ибо я знаю наверняка: где угнетение, там опасность... Вопрос в том, как избежать трагедии. Избежать ее можно гуманностью по отношению к угнетаемым, дарованием свободы рабам, счастья – гонимым, как это произошло в испанских колониях, где всем невольникам было дано гражданство... бессмысленно отказываться от этого разговора.

Статья получила огромный отклик. Общины разных штатов присылали восхищенные письма с обещаниями материальной и моральной поддержки газеты и всех ее начинаний и инициатив, но большая часть американского (белого) общества была возмущена позицией редакции.

В ответ американскими газетами была опубликована статья, обосновывавшая непоколебимость института рабства и ошибочность его отмены на Севере. *Freedom's Journal* тут же парировала статьей «Проклятье Ханаана» (*the Curse of Canaan*), где редакторы поэтапно оспаривали аргументы законности рабства с точки зрения религии и пришли к выводу, что «все равны перед Богом и обязаны любить ближнего своего, как самого себя»² Аргументация чередовалась выдержками из писем читателей, где говорилось о важности человеческого отношения друг к другу. Спор по данной теме то затихал, то разгорался вновь, но позиция редакторов оставалась неизменной: если дать невольникам все необходимое, то они смогут доказать свою человеческую и гражданскую состоятельность. Свою точку зрения редакция подкрепляла многочисленными материалами о Гаитянской революции в течение всего 1827 г. Материалы строились хронологически: сначала шли биографии Пола Макаффи и Туссена-Лувертюра (главных действующих лиц)³, затем рассказывалось о ходе революции, победе чернокожих и признании Гаити автономией. Будучи членом Гаитянского миграционного общества, один из издателей – Джон Рассвум – подробно рассказывал об укладе жизни в республике: становившихся законодательстве, общественных организациях и движениях, экономической нестабильности, малограмотности и общей нехватке культурно-цивилизационного опыта и научно-технической базы. Издание смотрело на феномен Гаитянской революции восхищенными глазами, как на событие, вселяющее надежду и оптимизм при отходе

¹ Freedom's Journal [Electronic resource]: 1827–1829. – URL: www.Wisconsinhistory.org/libraryarchives/aa/freed/volume1.asp (дата обращения: 10.06.2016).

² Cornish S. On Faith [Electronic resource] // Freedom's Journal. – 1828. – April 4. – URL: <http://www.wisconsinhistory.org/libraryarchives/aanp/freedom/docs/v1n01.pdf> (дата обращения: 17.06.2016).

³ Russwurm, J. People of Colour [Electronic resource] // Freedom's Journal. – 1828. – March 7. – URL: <http://www.wisconsinhistory.org/libraryarchives/aanp/freedom/docs/v1n17.pdf> (дата обращения: 17.06.2016).

государства от рабовладельческого строя. События на Гаити воспринимались как прецедент мирового значения, в котором виделось доказательство величия столь долго угнетаемого народа, его способности к организованной, автономной жизни, самореализации и самоидентификации. *Freedom's Journal* не призывала к восстанию в США по «сценарию Гаити», но на примере республики говорила о важности общественного компромисса.

Актуализировав проблему рабства через цикл статей об истории рабства в разных культурах: «Извинения перед Фараоном» (*An Apology for Pharaoh*), «Европейские колонии в Америке» (*European Colonies in America*), «История рабства» (*History of Slavery*), «Цена твоего сахара» (*What Does Your Sugar Cost?*) и рассмотрев возможные «сценарии» развития событий на примере Гаити, редакция подняла вопрос перспектив адаптации бывших невольников в американском обществе. Готового решения у газеты не было. Редакция стала размышлять вместе со своей аудиторией, помня о ее специфике.

Будучи этнической, газета предназначалась цветному населению Америки: как афро американцам Юга и Севера (уже неравноправным), так и другим этносам континента, о чем свидетельствует сотрудничество с «первой индейской этнической газетой «Чероки феникс» (*Cherokee Phoenix*), издаваемой индейцами на английском и языке чероки»¹. Кроме того, как уже говорилось выше, газету читали белые американцы, которые также являлись целевой аудиторией.

Учитывая столь широкий и неоднородный круг читателей и всю работу, проделанную к тому моменту, редакция решила раскрыть образ афроамериканца в ином свете, начав с самых корней этноса, тем самым развенчивая укоренившиеся в обществе стереотипы². Так, с 12 номера от 1-го июня 1827 г. рубрика «Чернокожие» получает подзаголовок – «Африка», в которой читателям рассказывалось о континенте: египетской цивилизации, культурном наследии, природном богатстве. В серию публикаций входили «письма и эссе будущих афро-американских публицистов». Концепцию продолжили публикации об истории США и роли африканца в ней.

Спустя некоторое время *Freedom's Journal* публикует без комментариев распоряжение администрации города Нью-Йорка о запрете демонст-

раций афро-американцев против рабства в южных штатах, сопровождая его многочисленной корреспонденцией читателей, выражавших подчас абсолютно полярные мнения. После чего «мятник рассуждений» качнулся в противоположную сторону: печатается проспект Американского колониального общества, излагавший программу миграции темнокожего населения в Африку в свободную колонию Либерию. Изначальная позиция газеты была резко отрицательной, как и всей ее цветной аудитории. Большинство афроамериканцев не хотело уезжать, поскольку ранее многие пытались уехать на Гаити или в Африку сразу после отмены рабства на Севере, но тем, кому удалось, вернулись ни с чем. Большинство считало Америку своей страной, поскольку ее благополучие было заработано их тяжким трудом, плоды которого отдавать бывшим надсмотрщикам никто не хотел. Однако нападки белой прессы на саму газету, условия дискриминации Севера и рабства на Юге постепенно склоняли редакцию к отказу от идеи интеграции.

Консенсуса по вопросу адаптации афроамериканцев в американское общество найдено не было.

«Правосудие» – рубрика, посвященная судебной практике Америки, в частности процессам над афро американцами. В основном, это были статьи о линчеваниях и вопиющих случаях предвзятости со стороны судей. Наиболее поразительные случаи описаны в № 23 от 17 августа 1827 года и в № 24 от 24 августа 1827 года. В № 24 в деталях рассказывалось о зверской расправе в Мемфисе (штат Теннесси) над двумя беглыми рабами³. Линчеватели к какому-либо виду ответственности привлечены не были. В конце материала приводились сухие цифры, без комментариев, противопоставлявшие огромное количество судебных процессов над невольниками с практическим отсутствием судебных процессов над линчевателями.

«Корреспонденция» с подзаголовком «Редакции» (*For the Freedom's Journal*), как правило, начиналась с выдержки из письма, обозначенного кавычками, с анонимной подписью «гражданин» (*CIVIS*) или «подписчик» (*SUBSCRIBER*). Судя по тематике, за нарицательным именем «гражданин» стоял американец любой национальности, а за «подписчиком» — афро американец, поскольку последние чаще всего выражали искреннюю благодарность и писали свои пожелания редактору: «Не могли бы вы рассказать более подробно о

¹ Cherokee Phoenix [Electronic resource]: 1807–1890. – URL: <http://www.cherokee-phoenix.org/> (дата обращения: 18.06.2016).

² Elliott N. Emigration vs. Assimilation: The Debate in the African American Press, 1827–1861 [Electronic resource]. – URL: <http://www.lan-opc.org.uk/burials.html> (дата обращения: 12.06.2016).

³ Russwurm J. Justice [Electronic resource] // Freedom's Journal. – 1828. – April 4. – URL: <http://www.wisconsinhistory.org/libraryarchives/aanp/freedom/docs/v1n01.pdf> (дата обращения: 18.06.2016).

Гаити», задавали вопросы: «Подскажите, где можно учиться на фельдшера?», «А чем отличается баптизм от пресвитерианства?», «Кто может в этом городе лечить язву?». «Граждане» же писали длинные материалы на более абстрактные темы: военные академии, миграция, благодарственные письма и т.д.

Часто материалы были объемными и носили реферативный характер. С № 43 от 31 августа 1827 г. впервые стали печататься литературные произведения афро-американцев, отобранные редакцией из корреспонденции.

Один из читателей прислал рукопись, под литерой S, «Тереза. Гаитянская повесть» (*Theresa, Haytine Tale*) – приключенческий роман о гаитянской революции. В нем повествовалось о приключениях молодой гаитянки, пытавшейся вместе с сестрой и матерью сбежать из деревни, к которой приближались французские войска. Роман печатался на протяжении четырех номеров (с января по февраль 1829 г.). В нем подробно описывался ход войны, быт гаитян, судьбы афро-американцев, но все же ключевым моментом стала судьба женщины во время революции.

Образ женщины и ее судьба волновали редакцию наравне со всеми остальными проблемами. Разветвленные семейства рабов чаще всего селили в одном доме, которые сплывались вокруг сильной, авторитетной женщины. Рабовладельцы поощряли подобные семейные связи, рассчитывая на то, что угрозой разлучить семью им удастся пресечь любое неповиновение. С другой стороны, женщина была намного уязвимей мужчины-раба: физической слабостью, семейным положением, здоровьем. В издании публиковались многочисленные эссе, статьи и проповеди, посвященные месту женщины в семье, обществе и даже рабовладельческом строе.

Афро-американские поэтессы и писательницы печатались наравне с мужчинами как в рубрике «Корреспонденция», так и в разделе «Поэзия». Часто на страницах газеты появлялись стихи об увядающей в рабстве женской красоте или гибели молодой красивой девушки от рук жестокого хозяина. Часто среди авторов подобных литературных произведений были поэтессы, подписывавшихся как «Роза» (*Rosa*).

Рассуждения редакторов о роли женщины – сестры, матери, жены – положительно воспринимались аудиторией. В ноябре 1827 г. было опубликовано письмо от одного из читателей, горячо поддерживавшего позицию редакции. По логике вещей, негативное отношение к подобному восхищению женщиной должно было иметь место, но ни одного письма подобного содержания не было опубликовано за все время существования газеты.

В рубрике «О нравственности» также часто говорилось о достоинствах слабого пола, его незащищенности и беззаветной преданности мужу и детям, в связи с чем редакторы призывали поджентельменски относиться к прекрасному полу. В проповедях женщина выступала в образе сестры или матери, хранительницы семьи и традиций. В № 42 от 11 января 1828 г. в проповеди, посвященной воскресению Христа, особое внимание уделялось Марии как верной и достойной и потому одной из первых узнавшей о его воскресении. Издание призывало беречь женщину от насилия как домашнего, так и хозяйского, поскольку «женщина изначально неравна мужчине в физической силе, но во многом превосходит его в выносливости, житейской мудрости, силе духа и самодисциплине»¹.

В то же время преступления, совершенные афро-американками, жестко критиковались газетой. Весной 1828 года редакция напечатала историю афро-американки-алкоголички, жительницы Нью-Йорка, скрывавшей убийство двух своих маленьких детей. Джон Рассвум писал: *Mother – is the name of God on the lips and minds of every child. There is no evil more cruel and diabolic then the one is given by a mother to her child within her hand obliged to give life and love instead of wicked insult a newborn cannot avenge.*

Мать – имя Бога на устах и в сердце каждого ребенка. Нет большего зла, чем причиняемое материнской рукой, от которой ребенок ждет только любовь и защиту, а не жестокое издевательство, которому дитя не имеет противления.

Freedom's Journal делала все, чтобы голоса афро-американцев звучали на полосах издания, потому много внимания уделялось поэзии, прозе и публицистике, отправленной пишущими афро-американцами. В февральских и мартовских номерах 1828 г. перепечатывались «Письма цветного» (*Letters of a Man of Colour*) Дж. Фортена. Подобными примерами редакция стремилась подвигнуть соотечественников к образованию и духовному росту, пониманию того, что каждый по-отдельности создает образ всего афро-американского сообщества.

Рубрика «О нравственном» стала публицистическим выражением этих призывов. В ней публиковались рассуждения о справедливости и милосердии, о душе с религиозной точки зрения, о том, как должен вести себя примерный христианин, как с точки зрения редакции, так и с точки зрения читателей. Основные положе-

¹ Cornish, S. Lines on Sympathy [Electronic resource] // *Freedom's Journal*. – 1827. – August 24. – URL: <http://www.wisconsinhistory.org/libraryarchives/ap/freedom> (дата обращения: 23.06.2016).

ния, публикуемые в этой рубрике, сводились к тому, что «чернокожий, будучи не защищенным обществом, защищен Богом, всевидящим и всепрощающим. Все мы должны собраться вместе, стать единым духом... путь насилия для нас неприемлем. Мы должны победить силой своих знаний, праведности, взаимовыручки и праведного облика...»¹. Все примеры и стихи, цитируемые из Библии, работали на это положение.

Весной – осенью 1827 г. была опубликована серия проповедей, посвященных деяниям апостолов, где проводилась аналогия терпения и усердия в служении Богу с необходимостью работать над собой и последующей победой духа над обстоятельствами жизни. Здесь же публиковались библейские притчи назидательного характера: о глупцах и о гвоздях, после которых автор пространно рассуждал об их применимости к афро-американцам; о Соломоновом решении как символе мудрости и внутренней силе. Притча о зеркале легла в основу проповеди, призывавшей отвернуться от внешних символов благополучия и обратиться к сокровищнице собственной души, чтобы найти в ней хоть что-нибудь. Накануне Пасхи была опубликована притча о смоковнице, мораль заключалась в осознании каждым своей пользы миру.

Просвещение аудитории не ограничивалось лишь религиозными вопросами. Газета публиковала многочисленные статьи об образовании: его важности как социального лифта, ключа к свободе и панацеи от стереотипов; возможностях получения образования афро-американцами; необходимости иметь элементарные знания для независимого существования. В каждом номере обязательно находилось место для объявления об открытии новой школы или преподавательских услугах, обзорной статьи о системе образования в разных странах, необходимости его получения. Полагалось, что просвещение сможет воспитать душу и сформировать волю к изменениям внутри сообщества, а следовательно, и к изменению статуса чернокожих. Редакция прекрасно понимала, что одними призывами ничего не добьешься, и потому взяла инициативу в свои руки с первого же номера. В каждом номере рассказывалось о правилах этикета, свадебных традициях разных народов мира, правилах поведения в разных общественных местах, укладе афро-американской семьи, правилах воспитания детей, астрономии, литерату-

ре, даже о философской проблематике в самых общих чертах (№ 49 от 29 февраля 1828 г.), исторических личностях.

Рубрика «Наши стремления» содержала серию развернутых статей, посвященных биографиям выдающихся личностей в истории: Сикст V, Данмор, Абрахам Уиплом, Самуэль и Джон Адамс, Христофор Колумб, генерал Корнуоллис, адмирал де Грасс, Горацио Гейтс, Чарлз Ли, Даниэль Керолл, Пола Ревир, Генри Нокс; истории жизни успешных афро-американцев: пекаря Ричарда Монмери, военнослужащего Ричарда Томаса, священника Бена Смита, врача Джона Джейнни, учителя Истена Хьюза, главными добродетелями которых стали храбрость и трудолюбие. Иногда несколько номеров газеты рассказывали об одном человеке. С марта по апрель 1827 г. печаталась подробная биография капитана Пола Каффи, афро-американца, получившего образования в Англии, предприимчивого молодого человека, сподвижника Гаитянской революции². Публикации историй жизни и успеха служили образцом для подражания и мотивацией афро-американцев. Более того, она давала понять белой аудитории, что чернокожие не только знакомы с историей, но способны выбирать в кумиры достойных. Те, из них, те кто получил свободу, могли быть самостоятельными и успешными.

Успех в изменении сложившегося статуса редакции виделся также и во взаимопомощи, так афро-американцев информировали о датах собрания афро-американских сообществ, публиковались протоколы некоторых собраний. В номере 46 от 8 февраля 1828 г. в *Minutes & C* была приведена стенограмма собрания общины Вашингтона с целью составления петиции об отмене рабства в округе Колумбия.

Раздел «Разное» включал в себя всевозможные объявления, направленные на нужды афро-американцев разных штатов: о новых булочных, мастерских, школах, распродажах, колледжах для афро-американцев; советы, как надо чистить одежду и обувь, где можно остановиться на ночлег; где, когда и за какую цену можно брать уроки по разным академическим предметам; предложения о работе, земли на продажу и в аренду. В объявлениях давался не только сам текст, но также комментарии и рекомендации как редакции, так и читателей, уже пользовавшихся рекламируемыми товарами или услугами.

К этнически-общинной тематике также относились списки сочетавшихся браком и некроло-

¹ Cornish, S. People of Colour [Electronic resource] / S. Cornish, J. Russwurm // Freedom's Journal. – 1827. – March 23. – URL: <http://www.wisconsinhistory.org/libraryarchives/aanp/freedom/docs/v1n01.pdf> (дата обращения: 10.06.2016).

² Barton, F. Haiti Backstage [Electronic resource] / F. Barton. – URL: http://www.lanopc.org.uk/Barton/stlawrence/burials_1850-1946.html (дата обращения: 17.06.2016).

ги, благодаря которым сегодня многие афро-американские семьи могут восстанавливать родственное древо. Рубрика «Бракосочетания» давала информацию о тех, кто вступил в брак, и тех, кто развелся. Некрологи приводили перечни умерших, по возможности с указанием причин смерти, посвящались некрологи: например, лидеру общины Мериленда – Дж. Гаугу, умершему весной 1828 г.

Новости часто перепечатывались из других изданий: «Чироки феникс», «Херальд» (*Herald*) и др. «Местные новости» освещали различные события из всех сфер жизни. Рубрика работала в двух главных направлениях – новости для нью-оркцев и новости для афро-американцев страны. Первыми шли новости Нью-Йорка: мальчик, которого чудом спас сосед-врач от анафилактического шока; нападение на улице на чернокожего; праздничный митинг в честь отмены рабства в Нью-Йорке, выставка картин, программа празднование Дня Благодарения и т.д. Затем шли новости штатов: сплав по реке пяти чернокожих мальчиков в Вермонте чуть не обернулся трагедией; похищения афро-американцев на Севере продолжают, исчезновения людей на дорогах остаются без внимания местных властей; извещения о разработке законопроектов об отмене рабства, и праздновании Дня Независимости Баптистской церковью в Олбани; приближение урагана к югу страны и проблемах в сельском хозяйстве как на уровне штатов, так и отдельных областей.

«Зарубежные новости» опиралась или полностью перепечатывались из зарубежных изданий: «Ливерпуль меркури» (*Liverpool Mercury*), «Адвокат» (*Advocate*) и некоторые другие. В материалах рассказывалось о событиях в мире (новых политических течениях после революций в Европе), о взаимоотношениях стран (России и Европы после войны 1812 г.), государственном устройстве европейских стран (Франции, Испании), новых открытиях в области науки (запуске паровых судов в массовое производство) и производства (упрощения ручного труда ткачей), культуры и искусства (картинные выставки во Флоренции). В летних номерах 1827 г. вопрос работорговли в мире подвергся мониторингу: с 18 номера по 25 отслеживались сообщения о перевозке рабов в Ливерпуль и штат Алабама из Сьерра-Леоне.

Украшала газету рубрика «Поэзия», внося лирическую ноту, обращаясь к чувству прекрасного. Некоторые стихи перепечатывались из английских изданий, таких как «Инглиш пейпер» (*English Paper*) или «Арион» (*Arion*). Авторы многих других стихов остались неизвестными, некоторые озаглавливались как «Фридомс джорнал к...» (*Freedom's Journal to*) или «Фридомс джор-

нал о...» (*Freedom's Journal on*), в связи с чем можно предположить, что авторство принадлежит читателям или редакции. Как уже говорилось ранее, среди них были и поэтессы (*Rosa, Frere*).

Но были и выдающиеся афро-американские поэты. Например, Джордж М. Хортон, писавший на самые разные темы: религия, рабство, любовь, война и др. В номере от 14 марта 1828 г. был опубликован цикл стихов «Рабство» (*Slavery*) и «Свобода и Рабство» (*Liberty and Slavery*). Через два месяца газета начинает кампанию по сбору средств в целях выкупить свободу Дж. М. Хортона. Газета собрала необходимую сумму. Согласно исследователю Диксону, творчество молодого поэта заинтересовало не только *Freedom's Journal*, но и местные газеты штата Сев. Каролина, многих белых американцев, в том числе фермеров, и даже Колонизационное общество, все они включились в кампанию по сбору средств, но хозяин Хортона не пожелал отпускать его¹. Собранные деньги были потрачены на издание первого сборника поэта – «В надежде на свободу» (*In the Hope of Liberty*), весной 1829 г. поддержки из сборника появились в первой афро-американской газете.

«Последняя полоса» содержала выходные данные и другие сведения о газете: еженедельное издание, день издания – пятница. Условия оплаты подписки – годовая, составляет 3 доллара, при оплате вперед – 2.50 доллара. Редакционная коллегия – С. Корниш, Дж. Рассвум, Нью-Йорк; Р. Роби, Портленд, Мэн; Д. Уокер, Бостон, Массачусетс; Дж. Реймонд, Салем, Массачусетс; Дж. Виллинс, Провиденс, Род-Айленд; И. Роджерс, Нью-Лондон, Коннектикут; М. Кооли и Ч. Хакер, Балтимор, Мэриленд; Дж. Пронт, Вашингтон, округ Колумбия.

Каждую полосу *Freedom's Journal* наполняла голосами чернокожих, вдохновляя собратьев самим говорить за себя, каждая рубрика полифонична и открыта для обсуждения и модификации. Так газета подняла и ответила на фундаментальный вопрос – кто должен выражать интересы афро-американского сообщества на территории Америки. Вопрос задается до сих пор, но все же, желаемым ответом остается позиция газеты: голос афро-американского сообщества должен принадлежать афро-американцам, они сами должны рассказывать о себе, ибо «слишком долго другие говорили за нас»².

¹ Dikson B. The Origins of African American Literature 1680–1865 [Electronic resource]. – URL: http://www.slaveryinamerica.org/history/hs_es_press.htm (дата обращения: 25.06. 2016).

²⁰ Freedom's Journal [Electronic resource]: 1827–1829. – URL: www.Wisconsinhistory.org/libraryarchives

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Беспалова, А.Г., Корнилов Е.А., Корочинский А.П., Станько А.И. История мировой журналистики. – М.-Ростов-н/Д.: МарТ, 2003. – С. 427.
2. Кэмбриджский словарь [Электронный ресурс]. – URL: <http://dictionary.cambridge.org/tu/словарь/англо-русский/freedom> (дата обращения: 10.06.2016).
3. Притчи 14:34 // Библия. Священное Писание Ветхого Завета. – М., 2005. – С. 157.
4. Токвиль, А. Демократия в Америке. – М.: Прогресс, 1994. – С. 117.
5. Barton, F. Haiti Backstage [Electronic resource] / F. Barton. – URL: http://www.lanopc.org.uk/Barton/stlawrence/burials_1850-1946.html (дата обращения: 17.06.2016).
6. Boles D. Black Southerners : 1619–1869. – Kentucky: The University Press of Kentucky, 1984. p.114.
7. Cherokee Phoenix [Electronic resource]: 1807–1890. – URL: <http://www.cherokee-phoenix.org/> (дата обращения: 18.06.2016).
8. Cornish, S. Lines on Sympathy [Electronic resource] // Freedom's Journal. – 1827. – August 24. – URL: <http://www.wisconsinhistory.org/glibraryarchives/ap/freedom> (дата обращения: 23.06.2016).
9. Cornish S. On Faith [Electronic resource] // Freedom's Journal. – 1828. – April 4. – URL: <http://www.wisconsinhistory.org/libraryarchives/aanp/freedom/docs/v1n01.pdf> (дата обращения: 18.06.2016).
10. Cornish, S. People of Colour [Electronic resource] / S. Cornish, J. Russwurm // Freedom's Journal. – 1827. – March 23. – URL: <http://www.wisconsinhistory.org/libraryarchives/aanp/freedom/docs/v1n01.pdf> (дата обращения: 10.06.2016).
11. Dikson B. The Origins of African American Literature 1680–1865 [Electronic resource]. – URL: http://www.slaveryinamerica.org/history/hs_es_press.htm (дата обращения: 25.04. 2016).
12. Elliott N. Emigration vs. Assimilation: The Debate in the African American Press, 1827—1861 [Electronic resource]. – URL: <http://www.lan-opc.org.uk/burials.html> (дата обращения: 12.06. 2016).
13. Freedom's Journal [Electronic resource] : 1827– 1829. – URL: www.Wisconsinhistory.org/libraryarchives/aa/freed/volume1.asp (дата обращения: 10.06.2016).
14. Purtz R. Modern Journalism [Electronic resource]. – URL: http://www.americanjournalism.org/history/hs_es_press.htm (дата обращения: 17.03.2016).
15. Russwurm J. Justice [Electronic resource] // Freedom's Journal. – 1828. – April 4. – URL: <http://www.wisconsinhistory.org/libraryarchives/aanp/freedom/docs/v1n01.pdf> (дата обращения: 03.10.2016).
16. Russwurm, J. People of Colour [Electronic resource] // Freedom's Journal. – 1828. – March 7. – URL: <http://www.wisconsinhistory.org/libraryarchives/aanp/freedom/docs/v1n17.pdf> (дата обращения: 17.06.2016).
17. Slavery and the Making of America [Electronic resource]. – URL: <http://www.pbs.org/wnet/slavery/experience/living/index.html> (дата обращения: 10.06.2016).

УДК: 070(620.9):353
ББК: 76.01+31

Куличкина Г.В.

**ЭНЕРГЕТИЧЕСКАЯ ПРЕССА В РЕГИОНЕ: ОСОБЕННОСТИ ТИПОЛОГИИ
И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ПЕРМСКОГО РЕГИОНАЛЬНОГО ЖУРНАЛА
«ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЕ И ПРОБЛЕМЫ ЭНЕРГЕТИКИ ЗАПАДНОГО УРАЛА»
ЗА 2014 -2015 ГОДЫ)¹**

Kulichkina G.V.

**ENERGY PRESS IN THE REGION ESPECIALLY THE TYPOLOGY AND FUNCTION
(FOR EXAMPLE, THE PERM REGIONAL MAGAZINE "ENERGY SAVING AND ENERGY
PROBLEMS OF THE WESTERN URALS" FOR THE YEARS 2014 -2015)**

Ключевые слова: энергетическая пресса, типологические особенности, функционирование энергетической прессы, специализированная пресса, деловая пресса, техническая пресса, научная пресса, корпоративная пресса, сегментирование СМИ, типоформирующие факторы, пермский региональный журнал.

Keywords: energy press, typological features, the energy press functioning, the Perm regional magazine.

Аннотация: в статье исследуются типологические особенности современной отечественной энергетической прессы. Констатируется, что она совмещает в себе черты нескольких типов прессы: технической, деловой, научной, иногда корпоративной. Дается анализ функционирования пермского регионального журнала «Энергосбережение и проблемы энергетики Западного Урала» как типичного издания в контексте зарубежной и российской энергетической прессы.

Abstract: article explores the typological features of Russian regional press. It is stated that it combines the features of several types of publications: technical, business, academic and sometimes corporate. It provides an analysis of the Perm regional magazine "Energy saving and energy problems of the Western Urals" functioning as a typical editions in the context of foreign and Russian energy press.

Одна из характерных черт современной журналистики - сегментация специализированных СМИ по отдельным аудиторным группам в промышленности, сельском хозяйстве, на транспорте, в других отраслях производства, образования, культуры, досуга и быта и проч. Среди подобных сегментов стоит выделить отечественную региональную энергетическую прессу, которая в постсоветское время получила новый стимул к развитию. В России тема энергетики — одна из постоянных в разного рода СМИ. Это связано с объемом, занимаемым энергетической отраслью в экономике России. Наша страна обладает существенными запасами энергетических ископаемых и потенциалом возобновляемых источников, входит в десятку наиболее обеспеченных энергоресурсами государств. От электросетей России, в том числе через вставки постоянного тока, осуществляется передача электроэнергии в энергосистемы Китая, Норвегии и Финляндии.² Существует

достаточно большая аудитория людей, которые так или иначе связаны с производством и получением электроэнергии.

Энергетика как часть жизни современного человека затрагивает большую часть общества, бизнеса и научного сообщества, и с каждым годом ее роль в жизни общества возрастает. В России появляются новые энергетические мощности и потребности. Только по гидроэнергетике на данный момент в проекте находится открытие четырех гидроэлектростанций: Нижнезейской ГЭС, Нижнеангарской или Среднеенисейской ГЭС, Южно-Якутский ГЭК. В связи с такой большой ролью энергетики в экономической жизни страны закономерно появление большого количества соответствующей специализированной прессы. Возрастает и общественная потребность в актуальной и максимально объективной информации на темы энергетики. В связи с этими обстоятельствами растет потребность в научном изучении современной

¹ Исследование выполнено при поддержке РГНФ (проект №16-14-59007 «Локальный медиадискурс: перспективы оптимизации информационно-коммуникативных процессов»).

² Министерство энергетики РФ. Открытые данные /Режим доступа: [электронный ресурс]: <http://minenergo.gov.ru> [электронный ресурс]: <http://minenergo.gov.ru/>

энергетической прессы, определения ее типологических особенностей и ее функционирования. Теоретической базой нашего исследования стали научные труды А.И. Акопова, Ю.А. Головина, Л.А. Мутовкина, М.И. Шостак, А.Н. Алексеева. Методологическую основу составили труды представителей московской школы журналистики, в том числе Е.П. Прохорова¹, М.В. Шкондина, где обосновывается применение методологических принципов объективности, всеобщей связи, развития, целостности, системности. Однако можно заметить недостаточность полноценного научно-практического исследования энергетической прессы как разновидности специализированных изданий, чем объясняет актуальность нашей работы.

Интересно, что термин "энергетическая пресса" современные теоретики журналистики не выделяют как нечто отдельное в специализированной прессе. Но исторически сама журналистика на данную тематику существует достаточно продолжительный отрезок времени - с начала энергетического развития СССР, масштабного строительства районных тепловых и гидроэлектростанций. Поэтому думается, что в современных условиях возрастания роли энергетики и развития в периодической печати соответствующего тематического направления вполне возможно использовать термин «энергетическая пресса». Следует отметить еще один проблемный аспект состояния научной мысли. Дело в том, что при разнообразии сегментов периодических изданий пока нет точного типологического разделения, которое позволило бы охватить и систематизировать все виды специализированных периодических изданий. Так, А.Н. Алексеев подчеркивает, что о большинстве из них неправомерно говорить как о самостоятельных типах, но, с другой стороны, «объединять все эти виды прессы в один тип - «специализированная газетная пресса» тоже было бы уязвимым решением. Он отмечает, что предметом дальнейшей аналитической работы для ученых является выработка более строгих типологических определений.²

При разработке проблемы типологических особенностей энергетической прессы мы опирались на основные типологические характеристики специализированной прессы, а именно: целевая аудитория, издающий орган, цели и задачи, периодичность, объем издания и тираж.³

Современные исследователи типологии прессы здесь в значительной мере ориентируются на подходы, предложенные исследователем А.И. Акоповым еще в 1985 году.⁴ Однако в условиях постсоветской трансформации российских СМИ и журналистики невозможно полностью опираться на теорию А.И. Акопова. Поэтому М.В. Шкондин и Л.Л. Реснянская ввели еще один типоформирующий фактор - характер передаваемой информации⁵.

Чтобы определить, каковы типологические особенности энергетической прессы, рассмотрим два наиболее устойчивых среди выше-названных типоформирующих фактора — целевую аудиторию и характер передаваемой информации. В целевую аудиторию энергетической прессы входят работники энергетической отрасли, энергетики крупных промышленных предприятий из других отраслей хозяйствования, специалисты ТЭК и экологи, студенты технических вузов энергетического профиля. У нее достаточно большое количество потенциальных потребителей информации, и у этой группы аудитории достаточная покупательная способность, чтобы обеспечить прибыльную продажу СМИ. Только один показательный пример: в электроэнергетическом холдинге «Россети» работает 213000 человек, в крупнейшем частном поставщике теплоэнергии ПАО «Т Плюс» - более 50000 человек.

Характер передаваемой информации в энергетической прессе зависит от многих обстоятельств. Одно из них связано с внедрением новейших технологий в производство и потребление энергии. В современном мире растет роль и качество технологий, объем информации о технических характеристиках технологий, возможностях их применения в производстве и в быту, правила безопасности использования технологий. Сфера энергетики в этом смысле относится к технологической части жизни общества, и энергетическая пресса, рассказывая о современных технологиях в энергетике, обретает черты технической прессы. К сожалению, в русском языке пока еще нет общепринятого определения профессии "технического журналиста". В этом плане российская наука сильно отстает от зарубежной. Например, в Германии технический институт Бонн-Рейн-Зиг (Fachhochschule Bonn-Rein-Sieg) предлагает получить образование по специальности «техни-

¹ Прохоров Е.П. Исследуя журналистику. - М: 2005.

² Алексеев А.Н. Газетный мир постсоветской России: подход к построению типологии. М., 1998. - С.41.

³ Реснянская, Л.Л. Общероссийские газетные издания. М., 2000. С.84.

⁴ Акопов, А.И. Методика типологического исследования периодических изданий (на примере специальных журналов). – Иркутск, 1985.

⁵ Шкондин, М.В. Система средств массовой информации как фактор общественного диалога. М., 2002 - С. 42.

ческая журналистика» (Technikjournalismus). Параллельно с гуманитарными дисциплинами студенты там изучают информатику, физику, математику, технику автоматизированного управления. Дортмундский университет в Германии (Universitaet Dortmund) выпускает собственно журналистов (специальность Journalistik) и научных журналистов (специальность – Wissenschaftsjournalismus), которые помимо профильных предметов изучают некоторые естественные и технические дисциплины, пишут статьи по научной проблематике.¹ Стоит заметить, что техническая пресса в России имеет свою историю, которая отсчитывает свое начало с 1803 года, когда Академия наук приняла решение о необходимости просвещения и распространения практических знаний, то есть популяризации науки. И уже с 1804 года стал выходить «Технологический журнал». Возможно, стоит актуализировать данную традицию для подготовки кадров как для всей технической прессы, так и для связанных с нею других сегментов специализированной прессы, в том числе и для энергетической.

Еще одно направление в характере передаваемой информации, которое порождает типологические особенности энергетической прессы, основано на том, что энергетика – это крупный финансовый сектор, особенно в России. Сфера энергетики с экономической точки зрения является одной из самых прибыльных и участвующей в обороте больших денежных средств (ориентировочный объем только электроэнергетической отрасли (без учета обслуживающих отраслей) – 3,2% ВВП России). Последствием этого обстоятельства является то, что специализированные издания для энергетиков содержат большую долю материалов делового типа. С деловой прессой энергетическую прессу сближают такие задачи, как: освещение актуальных вопросов и важнейших события в энергетической отрасли; анализ тенденций в сфере бизнеса, экономики в энергетической промышленности; действий органов власти по отношению к жизни сообщества энергетиков; доносить до аудитории информацию, создающую целостную картину происходящего. Последняя задача особенно актуальна для энергетической прессы, так как любая энергия (тепловая, электрическая, атомная и т.п.) в обществе играет социально-значимую роль.

Частично энергетическая пресса схожа с

научной. В любой энергетической отрасли всегда есть деятельное начало научных работников. Благодаря ученым совершаются научные открытия в атомной и ядерной энергии, совместно с учеными совершенствуется оборудование, его эксплуатация, решаются проблемы техногенной безопасности и энергосбережения, проблемы охраны природы, экологии производства энергии. Элементы научной журналистики закономерно внедряются в энергетическую прессу. В общем виде научная журналистика рассматривается как «перевод» научного исследования с научного языка на обыденный без искажения смысла. Тематика научных статей широка – они могут отражать любые вопросы отрасли науки: теории, законы, гипотезы, отдельные открытия, описание конкретного опыта, генезис науки или научного направления, дискуссию по поводу спорных вопросов, критику каких-либо положений и т.д. Здесь публикуются методики исследований, истории важнейших открытий, новые явления, закономерности развития природы и общества, освещаются известные факты с новых позиций. Те, кто профессионально связан с энергетикой и читает на эту тему специальные издания, но не имеет профильного образования, нуждаются в качественных научных журналистах, которые смогли бы адаптировать для них новые научные идеи, дать анализ опыта и прогнозы развития отрасли.

Современная отечественная энергетическая пресса наследует традиции советской отраслевой прессы. Несколько наиболее крупных представителей отраслевой прессы существуют с середины XX века по сегодняшний день, обеспечивая коммуникацию и информационную оснащённость работников конкретных отраслей. Среди них научно-технический журнал «Атомная техника за рубежом» – издаётся с 1957 г. РОСАТОМом и Ядерным обществом России; журнал «Промышленная энергетика», издаётся с 1944 Наркоматом электростанций СССР, сегодня Министерством энергетики РФ; журнал «Энергетик» (бывший «Вестник кочегара», издаётся с июня 1928 г. В мае 1938 г. «Вестник кочегара» был объединен с журналом «Машинист», объединенное издание получило название «Рабочий энергетик», который с января 1954 г. стал выходить под нынешним названием «Энергетик»), его учредитель Министерство энергетики РФ.

Итак, энергетическая пресса в глобальном информационном обществе представляет собою сегмент специализированной прессы, в которой тема энергетики раскрывается с помощью совокупности элементов нескольких типов изданий: технической прессы, деловой, научной, отрас-

¹ Муртазин Э. Техническая журналистика. Дилетант или инженер со стажем? [электронный ресурс]: <http://nrmurtazin.com/2008/06/29/technicheskaya-zhurnalistsika-diletant-ili-inzhener-so-stazhem/>

левой. Если издание выпускается энергогенерирующим предприятием для своих сотрудников, то оно наследует черты корпоративного СМИ.

Сплав элементов разных типов изданий в сегменте энергетической прессы порождает особенности ее функционирования. Функции формируются потребностями рыночной экономики, развитием науки, техники и бизнеса, необходимостью взаимодействия с властями и общественностью, корпоративной политикой крупных энергетических предприятий. Среди ведущих функций энергетической прессы, вбирающей в себя элементы технической, деловой, научной и корпоративной прессы, можно выделить следующие: коммуникативную, информационную, научно-просветительскую, функцию управления процессами в сфере промышленного производства и сбережения энергии, налаживания связей с общественностью, продвижения ведущих предприятий энергетической отрасли.

Рассмотрим картину типологических особенностей в практике современной энергетической прессы на уровне международного информационного пространства 2014-2015 годов. Поскольку материал исследования слишком обширный, нами в качестве оценки зарубежный изданий для нашего исследования была выбрана система цитирования «импакт-фактор». Импакт-фактор - формальный численный показатель важности научного журнала, ежегодно рассчитываемый Институтом научной информации (Institute for Scientific Information, ISI) и публикующийся в журнале "Journal Citation Report, JCR". Импакт-фактор показывает, сколько раз в среднем цитируется каждая опубликованная в журнале статья в течение двух последующих лет после выхода. Импакт-фактор позволяет по формальным признакам сравнивать разные журналы. Импакт-факторы зарубежных журналов по тематике «энергетика» отображены на сайте <http://ont.tpu.ru/foreign.html>. Как выяснилось, журналы с наиболее высокой оценкой представляют собой авторитетные научные издания и отображают ситуацию состояния отраслевой энергетической прессы в мире. Для изучения рынка энергетических СМИ по странам выбрано первые 20 изданий с наиболее высоким рейтингом.

Лидируют в этом списке английские журналы. Первые две позиции в рейтинге занимают два английских журнала «Bioresource Technology» прилож. Energy & Fuels (издательство Elsevier Sci Ltd) и журнал «Calphad-Computer Coupling Of Phase Diagrams And Thermochemistry» (издательство Chemistry, Physical, Thermodynamics). Также английские журналы находятся на четвертой и седьмой

строчке индекса научного цитирования. Это журналы «ENERGY» и «FUEL» (издательства Pergamon-Elsevier Science Ltd и Elsevier Sci Ltd соответственно). Также английские издания находятся на 13,14,17,19 и 20-х местах списка. Таким образом, можно сделать вывод, что британская специализированная энергетическая пресса имеет наиболее авторитетный статус в современном научном сообществе. На втором месте находится пресса США, представленная качественными отраслевыми изданиями. Американский научный журнал «Combustion and flame» издательства Elsevier science inc находится на третьем месте в рейтинге импакт-фактора. Пресса Голландии также входит в число лидеров мировых энергетических печатных изданий. Три журнала, входящие в рейтинг двадцати наиболее авторитетных научных источников, издаются в Голландии — это журналы «Fluid phase equilibria» (изд. Elsevier Science Bv), «Fuel Processing Technology» (изд. Elsevier Science Bv), «Journal Of Power Sources» (изд. Elsevier Science Bv). Все три энергетических журнала типологически представляют сплав технической и научной журналистики, издаются одним издательским домом - Elsevier Science Bv. Это международный мультимедийный издательский холдинг с более чем 20 000 продуктов для образовательной и профессиональной науки и технологических сообществ во всем мире. На данный момент этот холдинг имеет общемировой характер, главный офис по-прежнему находится в Амстердаме.¹ Этот факт объясняет, каким образом Голландия, не обладающая особо крупным и развитым сектором энергетики, заняла такой вес в списке изданий энергетической прессы.

Помимо национальных, существуют транснациональные энергетические журналы, представленные на российском и зарубежном рынках. Среди них «Теплоэнергетика», ведущий российский журнал в области большой энергетики, он публикует научные статьи и новости энергетики общемирового масштаба на русском в России, на английском языке в Великобритании и США. Таким же примером является научный журнал «Надежность и безопасность энергетики». Из отдельных (избранных) публикаций русской версии журнала «Надежность и безопасность энергетики» Международной академической издательской компанией «Наука/Интерпериодика» (www.maik.ru) один раз в год издается и переводится на английский язык дополнительно

¹ Elsevier. Company information: режим доступа: [Электронный ресурс]: <https://www.elsevier.com/about/company-information>

ный номер к журналу «Теплоэнергетика» (Thermal Engineering / Teploenergetika) под названием Safety and Reliability of Power Industry / Nadezhnost' i Bezopasnost' Energetiki. Издателем английской версии является Компания Pleades Publishing, Ltd. Журнал входит также в международные реферативные базы данных и системы цитирования Scopus и Springer. Научный журнал «Известия Российской академии наук», учрежденный Российской академией наук, также имеет английский вариант издания, который называется "Fluid Dynamics". Стоит отметить транснациональный журнал «Solar Energy» - официальный журнал Международного энергетического общества (МЭА; англ. International Energy Agency, IEA) в рамках Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР). Издание реализуется через интернет на испанском и английском языках. Представляет собой производственно-технический журнал для специалистов. Рубрики: экономика энергетики; проектирование, автоматизация и эксплуатация электрических сетей.

Резюмируя обзор типологических особенностей научных изданий по энергетической теме в отдельных странах и международных сообществах по системе цитирования «импакт-фактор», можно сделать вывод о том, что в глобальном информационном пространстве наиболее востребованы читателями английские, американские и голландские журналы. Среди транснациональных изданий лидируют «Теплоэнергетика», «Надежность и безопасность энергетики (для читателей России, Великобритании, США)» и «Solar Energy» - официальный журнал Международного энергетического общества. В международных изданиях, помимо научной информации, содержатся новости энергетики общемирового масштаба, актуальные вопросы экономики энергетики, проектирования, автоматизации и эксплуатации электрических сетей.

Что касается типологических особенностей современной энергетической прессы России, то для определения рамок объекта изучения использовался в качестве источника объединённый каталог «Пресса России». Это один из трёх федеральных подписных каталогов, по которому принимается подписка на периодические издания во всех почтовых отделениях ФГУП «Почта России» по всей территории РФ. В нем представлено свыше четырех тысяч российских и зарубежных газет, журналов и книг на бумажных и электронных носителях.¹ В соответствии с данными, представленными

в каталоге в России на 2016 год всего на тематику "энергетика" существуют 38 журналов, 6 газет, 9 научно-информационных изданий, большинство из них имеет информационную площадку в Интернете.

Среди российской энергетической журнальной прессы можно найти СМИ, в которых тема энергетики раскрывается с помощью информационных элементов отраслевой и технической периодики, например: "Автоматизация и IT в энергетике" (Москва), "Атомная техника за рубежом" (Москва), "Вопросы электротехнологии" (Саратов), "ТИДРО-ТЕХНИКА. Журнал для специалистов" (Москва), "Надежность и безопасность энергетики" (Москва), «Нетрадиционные и возобновляемые источники энергии» (Нижний Новгород). Элементы промышленной, технической и научной прессы присутствуют в таких журнальных изданиях, как: "Газовая промышленность со спецвыпуском" (Москва), "Промышленная энергетика" (Москва), "Новости ЭлектроТехники" (С.-Петербург), "Вести в электроэнергетике" (Саратов), "Промышленный электрообогрев и электроотопление" (Московская область, г. Мытищи), "Энергия без границ. Журнал об энергетике России" (Москва, изд. НТФ «Энергопресс»); элементы деловой прессы — в журнале "Экономика и финансы электроэнергетики" (Москва), корпоративной — журнал "Электро. Электротехника. Электроэнергетика. Электротехническая промышленность" (Москва, ПАО «Мосэнерго»). Что касается газет, они по сути повторяют типологическую картину журнальной периодики.

Проведенный контент - анализ тематики статей в указанных изданиях помог выявить наиболее популярные темы, встречающиеся практически в каждом российском издании, посвященном энергетике. Все темы являются злободневными в информационном поле энергетической отрасли. В первую очередь, это тема энергосбережения. В журналах «Промышленный электрообогрев и электроотопление», «Промышленная энергетика», «Берг-коллегия», «Академия энергетики», «Энергетик», «Надежность и безопасность энергетики» тема энергосбережения воплощена в постоянной рубрике. Этот вопрос важен для авторов журнала и читателей в связи с проблемой невозобновляемых природных ресурсов и повышенной изношенности сетей. Указом президента энергосбережение признано одной из важнейших стратегических задач страны.² Проблеме уделяют много внима-

¹ Объединенный каталог «Пресса России» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.pressa-rf.ru>

² Указ Президента Российской Федерации от 4 июня 2008 г. N 889 "О некоторых мерах по повышению энергетической и экологической эффективности российской экономики" - Российская газета. - 07.06.2008. - с. 1.

ния даже массовые средства массовой информации.

Следующая тема - техногенной безопасности. Главный редактор журнала «Надежность и безопасность энергетики» С.И. Магид объясняет актуальность этой темы так: «Следующим принципиальным моментом современного состояния российской энергетики является объективное снижение надежности и безопасности функционирования ЕЭС России, вызванное дефицитом энергетических мощностей, износом основных фондов».¹ Данный журнал полностью посвящен вопросу безопасности в энергетике. В журнале освещаются общие вопросы, связанные с надежностью и безопасностью энергогенерации, энергоснабжения и энергопотребления, а именно: обеспечение надежности и безопасности производства электроэнергии и тепла, электрической и технологической живучести, управления режимами работы технологического оборудования, экологической безопасности.

Еще одна постоянная тема — экологическая. В некоторых изданиях она так же, как тема энергосбережения, выделена в отдельную рубрику. Ее можно встретить в журналах «Энергия без границ. Журнал об энергетике России», «Промышленная энергетика», «Энергетик», газетах «Энергетика и промышленность России», «Энергетика». Проблемы экологии анализируются в связи с загрязнениями атмосферы, гидросферы, литосферы, шумовым и электромагнитным воздействием, информированием о государственном контроле в сфере охраны окружающей среды, о снижении негативного техногенного воздействия, об обращении с отходами производства и потребления².

Среди исследуемых материалов относительно большой процент занимают темы экономики, что еще раз подтверждает, что энергетическая пресса включает в себя черты периодики делового типа. Экономическое направление затрагивает вопросы экономических механизмов обеспечения надежности электроэнергетики, дифференциации тарифов на электроэнергию, рынок энергетических и топливных услуг, страхование ущерба, расчеты затрат и окупаемости производств, стоимость нового оборудования и топлива и т.д. В среднем, издания, нацеленные на «массового» читателя в рамках энергетического сектора, посвящают деловым вопросам 15-20 % процентов от общего объема

материала номера (вывод сделан на основании частичной выборки журналов и газет).

Итак, в России в 2014-2016 годах имеет место разветвленная система энергетической прессы, представленная журналами, газетами и научно-информационными СМИ. В основном преобладает общероссийская журнальная периодика, учредителями которой являются Министерство энергетики РФ, крупные поставщики электричества и теплоэнергии, региональные технические вузы, ассоциации энергетиков и ядерщиков. Региональные издания учреждаются частными местными поставщиками энергии либо местными техническими вузами. Учредители влияют на характер передаваемой информации, поэтому общероссийская энергетическая пресса имеет схожую тематику и содержит черты отраслевой, технической, корпоративной и научной прессы. Научное направление в характере передаваемой информации зачастую определяется волей главного редактора. По статистике, сегодня около 40% главных редакторов изданий по энергетике имеют ученую степень кандидата или доктора технических наук. Некоторые журналы за публикацию на своих страницах научных сообщений высокого уровня в 2015 году были включены в перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий. Таков, например, журнал «Промышленная энергетика»³.

Как показывает анализ практической журналистской деятельности в сфере энергетической прессы, наименее она изучена на региональном уровне. С целью исследования отечественной региональной энергетической прессы нами был проанализирован пермский журнал "Энергосбережение и проблемы энергетики Западного Урала": с точки зрения его целевой аудитории, типологических особенностей, характера передаваемой информации. Для достижения этой цели журнал анализировался по следующим основным параметрам: тематико-содержательные особенности, структура номера и типы материалов. "Энергосбережение и проблемы энергетики Западного Урала" — это ежеквартальный научно-производственный журнал, формат А4, тираж 1500 экз., его выпускает Ассоциация энергетиков Западного Урала, некоммерческое объединение предприятий в лице главных энергетиков или других лиц, отвечающих за эксплуатацию энергетического хозяйства предприятий, действующее на основании Устава. Членами Ассоциации являются крупные промышленные предприятия, научно-

¹ Магид, С.И. Уважаемые друзья, коллеги! [электронный ресурс]: <http://sigma08.ru/index.htm>

² Кудрин И.Н. Экологические проблемы энергетического обеспечения человечества [электронный ресурс]: <http://nuclphys.sinp.msu.ru/ecology/ecol/ecol05.htm>

³ ВАК. Научно-справочная информация. Перечень рецензируемых научных изданий / Режим доступа: [Электронный ресурс]: <http://www.vak.ed.gov.ru/87>

исследовательские институты, предприятия агропромышленного комплекса, госучреждения. Среди наиболее крупных предприятий можно отметить ЗАО «Сибур-Химпром», ОАО «Энергетик-ПМ», ПАО «Лукойл-Пермьнефтеоргсинтез», ОАО «МРСК-Урала»-«Пермэнерго» и т.д.¹ Первый номер журнала вышел в свет в 1999 году. Журнал выходит объемом в среднем на 60-70 страниц на каждый номер, выпускается на качественной бумаге, с цветными иллюстрациями, под плотной обложкой. Это соответствует требованиям к деловой прессе, демонстрирует финансовую достаточность издания. Финансовая основа журнала действительно надежная: источниками финансовой поддержки являются все те же крупнейшие энергетические предприятия Урала, входящие в ассоциацию энергетиков. Генеральным директором ассоциации и по совместительству главным редактором журнала является Д.Г. Закиров, доктор технических наук, известный ученый, профессор, член Пермской организации Союза журналистов России. Как видим, Д.Г. Закиров в своих знаниях и опыте совмещает техническую и журналистскую специализацию, что является важным качественным моментом для энергетической прессы. Журнал снискал популярность не только в нашем регионе, но и за его пределами, за вклад в развитие энергетической эффективности экономики региона удостоен Знака отличия Международной профессиональной выставки «ПРЕССА-2008» «Золотой фонд прессы».

Редакция журнала, как сообщил нам в своем интервью Д.Г. Закиров, видит свои задачи в том, чтобы объединить энергетиков Урала на основе информационно-коммуникативной деятельности; консолидировать усилия производителей и потребителей энергии, способствовать повышению уровня энергосбережения в регионе, снижению энергозатрат. Вопрос энергосбережения рассматривается в журнале с разных точек зрения: от статей для теоретиков и ученых до практических советов домохозяйкам. Информация в журнале представлена под рубриками: «Главная тема номера», «Энергоэффективный город Пермь», «Новая техника и современные технологии», «Новости общественных организаций», «Новости Российской энергетики», «Новости энергетики региона», «Нормативные документы». Под этими рубриками публикуются официальные нормативно-правовые документы и комментарии к ним; дается информация об опыте работы передовых энергохозяйств, новшествах в области энергоэффек-

тивной техники и технологии, мнения известных ученых, топ-менеджеров топливно-энергетического комплекса, общественных деятелей региона и страны. В связи с ростом тарифов ЖКХ в журнале на протяжении последних трех лет освещается координация усилий в этой сфере как производителей энергии, так и потребителей. Корреспонденты журнала старательно разъясняют потребителю, из чего складывается услуга «энергоснабжение», сколько стоит каждая составляющая, освещаются вопросы энергосбережения в бюджетной сфере, ТСЖ, в управляющих компаниях. Одной из постоянных содержательных линий издания является информационная поддержка долгосрочной целевой программы «Энергосбережение и повышение энергетической эффективности Пермского края на 2015 – 2020 годы».

Редакция выдерживает баланс между материалами регионального и федерального характера. Соотношение публикаций регионального и общероссийского уровня составляет примерно 80% и 20%. Регулярно печатаются новости делового и научного характера о крупнейших энергетических компаниях края: Пермэнерго, Уралэнергострой, КЭС Холдинг, ТГК-9, МРСК Урала, Лукойл и других компаний. Авторами новостных статей являются сотрудники энергетических компаний, работники отделов по связям с общественностью либо представители администрации предприятий. Авторами статей на научные темы являются ученые, на технические – работники редакции. Целевая аудитория журнала — специалисты краевых энергетических компаний, в которых трудятся многотысячные коллективы.

Если региональный компонент на страницах журнала обусловлен новостями и событиями краевого масштаба, то информация федерального уровня в журнале часто представлена статьями научного характера, основанными на материалах общероссийских форумов и конференций. Например, таковы материалы "Возобновляемые источники энергии в мире и России" О.С. Попеля² или "Новые решения в области воздушного обогрева" А.Н. Смирнова, опубликованные в журнале в 2014 году³. Важная особенность этих публикаций в том, что они не передают дословно доклады ученых, но благодаря

² Попель, О.С. Возобновляемые источники энергии в мире и России // «Энергосбережение и проблемы энергетики Западного Урала» №1 (51) 2014.- С. 51-54.

³ Смирнов А.Н. Новые решения в области воздушного обогрева // «Энергосбережение и проблемы энергетики Западного Урала» № 4 (54) 2014. - С. 68 -70.

¹ Ассоциация энергетиков Западного Урала — Режим доступа. [Электронный ресурс]: http://www.feeder.ru/new_ob_accosia.html

журналистскому редактированию обретают более доступную аудитории словесную форму. В журнале не указывается имя журналиста, который обработал научный материал, авторство научной публикации остается за ученым с примечанием «опубликовано по указанию редакции на основании материалов выступления на конференции». Подобная корректура строго научных статей вызвана спецификой аудитории журнала, в которую входят не только энергетики с высшим техническим образованием, но и менеджеры крупных предприятий, руководители, рабочие, студенты. Таким образом, мы можем говорить о присутствии в пермском издании элементов научно-популярной журналистики.

Кроме словесных текстов, в журнале дается много визуальной информации. Редакция учитывает привычку современного читателя к видео. На страницах журнала можно увидеть инфографику, портретные снимки ведущих специалистов, ученых, мастеров производства, панорамные фото производственных площадей, дающие представление о масштабной деятельности энергетиков в Пермском крае.

Главные содержательно-тематические направления – передовые исследования науки в сфере энергетики, энергосбережения, техники и производства; новости энергетических предприятий Пермского края; проблематика проходящих в Пермском крае научных конференций, форумов, научно-методических семинаров, просветительских выставок.

Характерной чертой, подчеркивающей региональный характер исследуемого журнала, являются публикации обращений представителей администрации предприятий и местных властей к сообществу энергетиков. Например, поздравления с Днем энергетика и наступающим 2015 годом были опубликованы в номере 4 (54) 2014 года. В нем на трех первых страницах присутствовали поздравления от губернатора Пермского края, генерального директора Ассоциации энергетиков Западного Урала, первых руководителей предприятий топливно-энергетического комплекса. Публикации имели характер коммуникаций в сфере связей с общественностью, направлены как на продвижение журнала, так и формирование положительного имиджа представителей административно-командной системы в глазах пермских энергетиков.

Завершая анализ журнала «Энергосбережение и проблемы энергетики Западного Урала», можно заключить, что журнал является типичным примером энергетической прессы. Созданный для информационного сопровождения пе-

редовых исследований науки в сфере энергетики, освещения региональных проблем энергосбережения, техники и производства, технических и производственных достижений корпораций, он типологически представляет собою сплав элементов специализированной прессы: научной, технической, деловой. Поскольку его финансовая опора зиждется на поддержке региональных предприятий, в его номерах отчетливо выступают черты корпоративной прессы. Его особенность – в наполнении контента каждого номера конкретным неповторимым региональным содержанием.

Таким образом, можно сделать следующие выводы об особенностях типологии и функционирования энергетической прессы в регионе. Энергетическая пресса, являясь аудиторным сегментом специализированной прессы, приобретает свою типологическую «окраску» под влиянием основных типоформирующих факторов специализированной прессы: специфика целевой аудитории, издающего органа и его целей и задач, периодичности, объема и тиража издания. Вместе с тем в условиях многообразной сегментации специализированной прессы большое значение имеет такой типоформирующий фактор, как характер передаваемой информации. В соответствии с ним энергетическая пресса, имея сквозную тематическую линию энергетики, максимально раскрывает тему с помощью совокупности средств других сегментов специализированной прессы: деловой, технической, научной, корпоративной. Сплав элементов разных типов изданий в сегменте энергетической прессы порождает особенности ее функционирования. Можно выделить следующие функции энергетической прессы: коммуникативную, информационную, научно-просветительскую, функцию управления процессами в сфере промышленного производства и сбережения энергии, налаживания связей с общественностью, продвижения ведущих предприятий энергетической отрасли.

Выяснилось, что лидерами в мировом информационном пространстве энергетической прессы являются развитые страны, такие как Великобритания, США, Голландия. Лидирующее положение изданий связано с высоким уровнем развития технической науки в этих странах, внедрением в вузовскую практику понятия технической журналистики и вузовской подготовки кадров по специальности «технический журналист». В России большая часть энергетических изданий представлена отраслевыми журналами, и в этом видно «родимое пятно» советской прессы. Учредителями энергетических изданий в России являются Министерство

энергетики РФ, крупные поставщики электричества и тепловой энергии страны, региональные технические вузы, ассоциации энергетиков и ядерщиков. Ярким типологическим примером российских изданий в сегменте «энергетическая пресса» является журнал «Энергетик». Пермский журнал «Энергосбережение и проблемы энергетики Западного Урала» дает пример региональной энергетической прессы, где особенности типологии и функционирования данного вида периодики отчетливо просматривается. Эксклюзивность контента пермского журнала - в освещении региональных особенностей темы

энергетики. Финансовая поддержка журнала крупнейшими предприятиями регионального топливно-энергетического комплекса способствовала появлению в научно-производственном журнале, как он заявлен учредителем, элементов корпоративных СМИ. Особенности типологии и функционирования энергетической прессы на основе элементов из разных сегментов специализированных СМИ за рубежом в России и регионе свидетельствуют о диффузии в системе периодической печати как результате беспрерывной сегментации глобального информационного общества.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Акопов, А.И. Методика типологического исследования периодических изданий (на примере специальных журналов). – Иркутск, 1985.
2. Алексеев, А.Н. Газетный мир постсоветской России: подход к построению типологии. - М., 1998. - С. 41.
3. Ассоциация энергетиков Западного Урала [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.feeder.ru/new_ob_accosia.html (Дата последнего захода 18.06.2016).
4. ВАК. Научно-справочная информация. Перечень рецензируемых научных изданий [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.vak.ed.gov.ru/87>
5. Кудрин, И.Н. Экологические проблемы энергетического обеспечения человечества [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://nuclphys.sinp.msu.ru/ecology/ecol/ecol05.htm> (Дата последнего обращения 18.06.2016).
6. Магид, С.И. Уважаемые друзья, коллеги! [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://sigma08.ru/index.htm> (Дата последнего обращения 16.06.2016).
7. Министерство энергетики РФ. Открытые данные [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://minenergo.gov.ru> (Дата последнего обращения 15.06.2016).
8. Муртазин, Э. Техническая журналистика. Дилетант или инженер со стажем? [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://mrmurtazin.com/2008/06/29/technicheskaya-zhurnalistika-diletant-ili-inzhener-so-stazhem> (Дата последнего обращения 15.06.2016).
9. Объединенный каталог «Пресса России» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.pressa-rf.ru> (Дата последнего обращения 16.06.2016).
10. Попель, О.С. Возобновляемые источники энергии в мире и России // Энергосбережение и проблемы энергетики Западного Урала. - 2014. - №1 (51). - С. 51-54.
11. Прохоров, Е.П. Исследуя журналистику. – М., 2005.
12. Реснянская, Л.Л. Общероссийские газетные издания. - М., 2000. - С.84.
13. Смирнов, А.Н. Новые решения в области воздушного обогрева // Энергосбережение и проблемы энергетики Западного Урала. - 2014. - № 4 (54). - С. 68 -70.
14. Шкондин, М.В. Система средств массовой информации как фактор общественного диалога. - М., 2002. - С. 42.
15. Указ Президента Российской Федерации от 4 июня 2008 г. № 889 "О некоторых мерах по повышению энергетической и экологической эффективности российской экономики" // Российская газета. – 2008. - 7 июня - С. 1.
16. Elsevier. Company information: режим доступа [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.elsevier.com/about/company-information>

УДК: 81'37 +172.15
ББК: Ш300.01

Лебедев А.А.

СЕМАНТИКА КОНЦЕПТА «ПАТРИОТИЗМ» В НОВОСТНОМ ДИСКУРСЕ
ТЕЛЕКАНАЛА «ЗВЕЗДА»

Lebedev A.A.

SEMANTICS OF «PATRIOTISM» CONCEPT WITHIN THE NEWS DISCOURSE
OF ZVEZDA TV CHANNEL

Ключевые слова: телеканал «Звезда», патриотическое телевидение, новости, статья, дискурс, патриотизм, концепт, воздействие, лексика, семантика.

Keywords: ZVEZDA TV channel, patriotic broadcasting, news, article, discourse, patriotism, concept, affecting, lexis, semantics.

Аннотация: в статье отмечается, что в рамках патриотического вещания формат телеканала «Звезда» обуславливает вынесение на первый план функции языкового воздействия. Далее показано, что семантика концепта «патриотизм» в новостном дискурсе канала «Звезда» представлена прямо или метафорически сочетаниями лексем, которые находят себя чаще всего в военной и спортивной тематике. Обозначена также сложность семантического поля выделенного концепта. Языковые средства, изучаемого концепта в новостных блоках канала «Звезда» зачастую не содержат частотных лексических единиц, обозначенных в тезаурусе. Причины этого - граница между вербализованной концептуальной зоной и духовной реальностью, которая не описывается, а переживается. В статье рассматриваются различные точки зрения на логическую схему концепции развития такого типа канала, как государственного патриотического канала «Звезда».

Abstract: ZVEZDA TV channel format in the frame of patriotic broadcasting gives forefront place to linguistic affecting. Here is semantics of «patriotism» concept within the news discourse of ZVEZDA TV channel provided directly or metaphorically combinations of tokens, which mostly often founded in the military and sports subject matters. Also there has been highlighted the complexity of the semantic field of the selected concept. Linguistic means of the studied concept within the news blocks of Zvezda TV channel often do not contain the frequency lexical units designated in the thesaurus. The reason is the border between verbalized conceptual area and the spiritual reality, which not be described but survived. Different perspectives concerning logical scheme for the concept development of the same type as "ZVEZDA" state patriotic TV channel are also under consideration of the article.

В настоящее время в Европе насчитывается более 3000 телеканалов. В России несколько меньше, но цифра тоже впечатляющая - около 800, и эти каналы создают между собой огромную конкуренцию. В условиях такой конкуренции телевизионные каналы стремятся найти в сетке вещания свою нишу, свой бренд и для этого постоянно уточняют и корректируют концепцию своего канала.

Идея нишевания была сформулирована Д. Траутом. Он пишет, ссылаясь на мнение коллеги, что «в 1966 году Питер Дракер определил лидерство следующим образом: «Основа эффективного лидерства - это размышление над миссией организации, определение ее и установление ее ясно и видимо». Хорошо, мы сейчас в новом тысячелетии и веке убийственной конкуренции. Мы бы изменили всего одно слово в этом определении, чтобы сделать его современным: «Основа эффективного лидерства - это размышление над *отличием* (курсив мой - А.

Лебедев) организации, определение его и установление его ясно и видимо»¹.

Для телеканала «Звезда» таковой отличительной нишей стали программы с военно-патриотической направленностью. «Звезда», сегодня позиционируя себя как общественно-патриотический канал², формирует эфир из трех основных направлений: новости, документалистика, кинопоказ. Основную часть вещания составляют информационные и аналитические передачи.

Нами было проведено исследование новостного контента телеканала «Звезда» за последние пять лет.

Многие исследователи считают, что кон-

¹ Траут Д. Отличайся или погибай // {Электронный ресурс} - Режим доступа: https://vk.com/doc14829691_146281986?hash=ff6785b7b0f4a091de&dl=39d2e0fa3b2bd33628. (Дата обращения 1.02.2016).

² {Электронный ресурс} - Режим доступа: <https://tv.yandex.ru/10987/channels/405>

тентообразование современного текста патриотической направленности, основанное на содержательно-концептуальной информации текста, обнаруживает свойство технологичности, когда посредством технологий текст целенаправленно воздействует на адресата и внедряет в его сознание ту или иную концептуальную содержательную информацию, предполагающую и обращение к особо значимым или привычным концептам, фреймам, сценариям, а также языковой составляющей, наделенных патриотическим смыслом в его широком понимании.

В информационный жанр входят жесткие новости (hard news); мягкие новости (soft news); новостная хроника (news brief); новостная заметка (general news account). Другую группу составляют исследовательско-новостные тексты (features) (аналитический жанр) - информационные статьи (news feature), обзор новостей (news analysis), обозрение (review). Здесь при общем сохранении интереса к новости на первый план выступает не оперативное значение сообщаемой информации, а ее истолкование - стремление автора, с одной стороны, сохранить новостное ядро, а с другой - проанализировать возникшую проблему, дать оценку описываемым фактам.

Однако обозначенный в рамках патриотического канала формат обуславливает вынесение на первый план *функцию языкового воздействия*, так как обозначение процесса языкового воздействия на общественное сознание определяется его целью и мотивом, а также организационными аудиторными компонентами.

Поэтому совершенно естественно предположить, что в массиве теленовостей канала «Звезда», определяемым как дискурсивное пространство, репрезентируются базовые когнитивные слои концепта «патриотизм», «коррелирующие, - как отмечает один из исследователей лексико-семантической репрезентации патриотизма Е.Г. Малышева, - с дифференциальными семами значения лексемы патриотизм, которая является вербальным маркером данного феномена»¹. С другой стороны, нужно заметить, что языковое наполнение концепта отличается не только большой частотностью, но и достаточной сложностью определения границ его семантического поля.

Так, большинство исследователей среди оценочных смыслов-реакций на слово «патриотизм» считают когнитивный аспект восприятия (патриотизм: *Россия, флаг, гимн, партия*). «Однако, - отмечают другие, - анализ ассоциатов позво-

ляет обнаружить и парадигматические связи (патриотизм: *любовь к Родине, преданность, верность, дело отцов, гордость, мужество, защита Отечества*)»². Например, стимул Россия на ассоциативно-вербальном уровне вызывает не только положительные (патриотизм, где тебе хорошо, большая, родная, великая, держава, благодать, верность, мужество, гордость, преданность), но и отрицательные реакции (кризис, бюрократия, безработица, водка и др.). Ассоциаты выражают не только представление о современном состоянии страны (демократия, Путин, Олимпиада в Сочи, президент, кризис и др.), но и фоновые исторические знания (Россия - Москва, Кремль, великая страна, родной край и др.).

Новостной массив канала «Звезда», исследуемый нами за последние пять лет, помимо военной тематики отражает также и социальную, политическую, экономическую, культурную и спортивную событийную картину и исследование ее и объективация в новостных «дискурсах» репрезентирует наши ментальные особенности, наши представления о «своих» и «чужих», о патриотизме, о национальном характере, о базовых идеологических и политических ценностях»³.

Учитывая, что в исследуемый период попадает и год Олимпиады в Сочи, логично предположить, что «концентрированное» отображение экспликации «патриотизм» будет наблюдаться и в новостных блоках. Поэтому в представленной ниже таблице отражен формально-функциональный тезаурус лексических репрезентантов концепта «патриотизм», часть которого содержит когнитивные доминанты концепта, полученного в результате исследования журналистского спортивного дискурса Е.Г. Малышевой, проводшей ранее детальное изучение лексико-семантического своеобразия экспликации доминант спортивного дискурса - лингвокультурологической идеи «патриотизм»⁴.

Отметим еще раз: изучаемый концепт может быть представлен разнообразными языковыми средствами, в число которых могут и не входить те частотные лексические единицы, которые зафиксированы в предлагаемом тезаурусе лексических репрезентантов патриотизма (таблица 1).

² Башиева С.К., Шогенова М.Ч. Концепт «патриотизм» как фрагмент вербальной ассоциативно-семантической сети в организации языковой личности (результаты ассоциативного эксперимента) // Вестник СамГУ, 2010, №3 (77). - С. 107-112.

³ Там же.

⁴ См.: Малышева Е.Г. Лингвокогнитивная идея «патриотизм» в спортивном дискурсивном пространстве: особенности лексико-семантической реализации. Статья 2 // Вестник Омского ун-та, 2010, №3. С. 98-104.

¹ Малышева Е.Г. Русский спортивный дискурс: лингвокогнитивное исследование {Электронный ресурс} - Режим доступа: http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=3907625

Таблица 1 - Тезаурус лексических репрезентантов патриотизма

I. Формально-функциональный тезаурус лексических репрезентантов концепта «патриотизм»	
1. Номинативы:	
1.1. Наименование субъектов, непосредственно связанных с семантикой концепта: <i>мы, нам, нас, наш (-и, -а), русский, российский, россиянин (-е), россиянка, патриот (вид спорта), соотечественник</i>	
11.02.2014	Российские фигуристы Татьяна Волосожар и Максим Траньков стали лидерами в короткой программе Наши фигуристы Татьяна Волосожар и Максим Траньков установили мировой рекорд по количеству баллов в короткой программе и расположились на первом месте по итогам короткой программы в соревнованиях спортивных пар на играх в Сочи.
21.02.2013	Российский лыжник Никита Крюков завоевал «золото» в спринте на чемпионате мира в Италии Россиянин Никита Крюков выиграл золотую медаль в спринте классическим стилем на ЧМ по лыжным видам спорта в Италии. В финале он показал время 3 минуты 30,4 секунды. Крюков опередил норвежца Петтера Нортуга и канадца Алекса Харви.
1.2. Наименование объектов, непосредственно связанных с семантикой концепта: <i>Россия, отчизна, Родина, страна (наша), родной край</i>	
28.07.2011	В Киеве, Москве и Минске отмечают День крещения Руси В столицах России, Украины и Белоруссии сегодня отмечают День крещения Руси. Основные торжества пройдут в Киеве — первом русском городе, принявшем христианство. Произошло это в 988 году. Инициатором новой религии стал князь Владимир Святославович.
30.12.2014	Россия стала первой по количеству выведенных на орбиту космических аппаратов в 2014 году По количеству космических пусков Россия в 2014 году осталась на первом месте в мире, всего было осуществлено 38 стартов.
1.3. Наименование атрибутов, непосредственно связанных с семантикой концепта: <i>гимн (государства России), флаг (российский, страны), герб</i>	
05.02.2014	Бобслеист Александр Зубков будет знаменосцем сборной России на открытии Игр-2014 Флаг России на церемонии открытия Олимпийских игр в Сочи понесет Александр Зубков. Известный бобслеист является двукратным призером Олимпийских игр. Также спортсмен завоевал 6 медалей чемпионата мира.
1.4. Абстрактные наименования с семантикой качества, свойства, непосредственно связанных с семантикой концепта: <i>патриотизм</i>	
26.02.2011	Спутник «Глонасс-К» успешно выведен на орбиту Новейший спутник «Глонасс-К» успешно выведен на орбиту. Теперь навигационная спутниковая система будет посылать на Землю еще более точный сигнал. С его помощью можно будет вычислить координаты любого объекта с точностью до шести метров.
09.01.2015	Ракетный щит России усилится в 2015 году Ракетный щит России усилится еще двумя бригадами «Искандеров-М». Периметр страны будут защищать семь ракетных комплексов. Как сообщил главком Сухопутных войск генерал-полковник Олег Салюков, пополнение произойдет уже до конца нынешнего года.
2. Атрибутивы, непосредственно связанные с семантикой концепта: Наш, национальный герой, отечественный (спорт, продукт), российский (триумф, победа), родной, свой, советский (спорт, традиция).	
II. Функциональный тезаурус лексических репрезентантов концепта «патриотизм»	
1. Номинативы	
1.1. Наименование субъектов, опосредованно связанных с семантикой концепта: <i>атлет (наш), болельщик (наш, российский, русский), игрок (российский), команда (наша), надежда (главная, наша, российская), президент (наш), народ (наш), сектор (наш), спортсмен (наш, русский), тренер (наш)</i>	

29.12.2014	<u>Человеком года, по мнению большинства россиян, стал Владимир Путин</u> Владимир Путин стал лидером рейтинга, который опубликовал «Левада-Центр» после проведения всероссийского опроса. Второе место в чарте у министра обороны РФ Сергея Шойгу. На третьем - глава МИД Сергей Лавров. Женщиной года стала Валентина Матвиенко.
28.12.2014	<u>Американцы признали Марию Шарапову спортсменкой года</u> Россиянка Мария Шарапова признана лучшей спортсменкой 2014 года по версии Американской академии спорта.
1.2. Наименование объектов, опосредованно связанных с семантикой концепта: <i>дисциплина (наша, российская), спорт (наш российский, советский), футбол, хоккей, лыжи и др. (наш, российский, советский)</i>	
19.02.2014	<u>Российский сноубордист Виктор Уайлд завоевал «золото» в параллельном гигантском слаломе</u> Российский сноубордист Виктор Уайлд завоевал «золото» Игр-2014 в параллельном гигантском слаломе. Это первое в истории России золото Олимпиады в сноуборде.
23.02.2014	<u>Все билеты на церемонию закрытия Зимних Игр, которая состоится в Сочи 23 февраля, распроданы</u> Церемония закрытия Зимних Игр 2014 года состоится 23 февраля на стадионе «Фишт» в 20.00 Сочи. Шоу обещает быть не менее захватывающим, чем открытие. Все билеты на стадион «Фишт» уже распроданы.
1.3. Наименования абстрактных реалий и номинации с семантикой качества, свойства, опосредованно связанных с семантикой концепта.	
1.3.1. Абстрактные наименования с положительным прагматическим компонентом в значении, опосредованно связанные с семантикой концепта: <i>вера, восторг, восхищение, гордость (национальная, за страну, за спортсменов), душа (патриота, России), надежда, наследие, подъем (патриотический), традиция, триумф</i>	
09.12.2014	<u>ПРОрыв России: Америка в шоке от новой системы противоракетной обороны</u> Россия создает новую систему противоракетной обороны. Ее черты похожи на американскую систему противоракетной обороны THAAD, которая позволяет решать задачи по перехвату баллистических ракет средней дальности и в то же время будет абсолютно уникальной.
24.03.2014	<u>Путин вручил государственные награды организаторам Олимпийских игр. ВИДЕО</u> Президент передал слова благодарности всем, кто принимал участие в подготовке, организации и проведении Олимпиады и Паралимпиады в Сочи. "Мы вместе проделали огромный путь, большую созидательную работу", - отметил он в своей поздравительной речи.
13.01.2015	<u>«Криптон» и «Москит»: «солнечный ожог» для американского флота</u> Российские крылатые ракеты - одни из самых опасных средств поражения в мире. В 2015 году на вооружение Вооруженных сил РФ поступит более десяти модернизированных и новых образцов противокорабельных и противолокационных ракет Х-31.
1.3.2. Абстрактные наименования с отрицательным прагматическим компонентом в значении, опосредованно связанные с семантикой концепта: <i>бизнес, горечь, измена (Родине), разочарование, тревога, угар (патриотический)</i>	
09.08.2011	<u>Верховный суд подтвердил законность приговора бывшему разведчику Потееву</u> Приговор изменнику Родины останется без изменений — Верховный суд сегодня отказался смягчить наказание бывшему полковнику Службы внешней разведки Александру Потееву. Его обвиняют в выдаче США российских сотрудников спецслужб. Потеев заочно осужден на 25 лет.
28.07.2015	<u>Преподавателя Бауманки обвинили в госизмене - СМИ</u> Преподавателя МГТУ имени Баумана и главу одного из научных центров «ЦНИИ-маш» Владимира Лапыгина обвинили в государственной измене . Как сообщает «Интерфакс», 75-летнего ученого обвиняют в передаче секретной информации.
1.3.3. Абстрактные наименования безоценочные и/или с концептуально зависимым прагматическим компонентом, опосредованно связанные с семантикой концепта: <i>вопрос (патриотизма, национальной гордости, интересов), гамма (эмоций), отношение (к стране), чувство (обиды, счастья, тревоги, патриотическое)</i>	

30.01.2015	<u>Задача не допустить военного превосходства над РФ будет выполнена — Шойгу</u> В связи со складывающейся вокруг России военно-политической обстановкой военное ведомство усилит группировки войск и сил на стратегических направлениях, заявил министр обороны России Сергей Шойгу.
02.01.2015	<u>Убойная десятка: новинки российской армии 2014 года</u> В 2014 году в российскую армию поступило более восьми тысяч новых образцов вооружения и военной техники. По данным Министерства обороны, объемы поставок вооружения выросли на 30-40 % по сравнению с прошлым годом. Современные самолеты и ракеты, системы ПВО и боевые машины десанта в «убойной десятке»-2014 от телеканала «Звезда».
26.02.2015	<u>Песков назвал требования для возвращения доверия к Западу</u> Отношения между Россией и Западом могут восстановиться только в случае уважения национальных интересов РФ. Об этом заявил пресс-секретарь президента России Дмитрий Песков в интервью телеканалу CNN.
2. Атрибутивы	
2.1. Атрибутивы с положительным прагматическим компонентом в значении, опосредованно связанные с семантикой концепта: <i>бурный (чувство, восторг), великий, восторженный (крик), главный (надежда), любимый (страна, Россия), настоящий (идеал), невыдуманный (герой), славный, такой, теплый (о патриотических чувствах), лучший</i>	
31.05.2015	<u>«Тайфун» показал свои запредельные возможности в Алабине</u> На стрелковом полигоне в Алабине тяжелый «Тайфун» демонстрирует свои практически запредельные возможности. И это лишь репетиция международного форума «Армия-2015». Броня «Тайфуна» выдерживает попадание из крупнокалиберного пулемета. Система подкачки шин позволяет двигаться, даже если в каждом колесе по 14 пробоев.
20.05.2015	<u>Крепость по имени Крым: чем полуостров ответит врагу</u> На сегодняшний день Крым – одна из самых защищенных российских территорий. Границы полуострова надежно охраняет мощнейшая и хорошо вооруженная группировка, по размерам и составу сопоставимая с общевойсковой армией.
14.05.2015	<u>Ракета дальнего следования: на что способны «Ярс», «Воевода» и «Тополь»</u> «Ну и дура!» - не с оскорбительной интонацией, а, напротив, с восторженным криком и с нескрываемым восхищением пронеслось по трибунам на Красной площади, когда из-за здания Исторического музея, встраиваясь в парадную колонну военной техники, выехала громадина установки ПГРК «Ярс».
2.2. Атрибутивы с отрицательным прагматическим компонентом в значении, опосредованно связанные с семантикой концепта:	
22.05.2015	<u>Сборную России по хоккею оштрафуют за игнорирование канадского гимна</u> Федерация хоккея России с большой долей вероятности будет оштрафована за то, что российские хоккеисты после финала Чемпионата мира 2015 года покинули площадку до исполнения гимна Канады. Об этом заявил президент Международной федерации хоккея Рене Фазель.
3. Предикаты	
3.1. Предикаты с семантикой «чувства, эмоции, переживания и их оценка», опосредованно связанные с содержанием концепта: <i>болеть (за Россию, сборную), быть без ума от счастья, взорваться (ликованием), горд, гордиться, заставить (гордиться, поверить, плакать), испытывать чувство гордости (за страну, за спортсмена), не оказалось равных, неподражаем, нет равных, нет аналогов, поверить (в невероятное, в успех, в победу), подарить, пожалеть, плакать (от гордости, от счастья).</i>	
23.03.2015	<u>Москва посоветовала Лондону «скушать Твикс» в ответ на требование вернуть Крым</u> Председатель Комитета по международным делам Государственной Думы Алексей Пушков посоветовал Лондону «сделать паузу и скушать Твикс».
23.03.2015	<u>Почему в России танки летают: новый Ка-52К способен потопить целую эскадру</u> Российский ВМФ начал получать самые современные ударные вертолеты. Аналогов морского «Аллигатора» в мире нет: это летающий танк для спецопераций, способный потопить корабль.

09.03.2015	<u>Российская «Армия-2015» потрясет мир: выставка, какой никогда не было</u> С 16 по 19 июня 2015 года Минобороны России проводит не имеющий аналогов в мире Международный военно-технический форум «АРМИЯ-2015». Он состоится в специально строящемся для этого парке «Патриот» в подмосковной Кубинке.
18.06.2015	<u>Почему американцы боятся «Инфауну»: оружие, «вырубающее» целый флот</u> Новейший комплекс радиоэлектронной борьбы «Инфауна» подавляет средства связи и электронику любого противника, а также выводит из строя радиоуправляемые мины и высокоточное оружие.

Таким образом, таблица показывает, что семантика концепта «патриотизм» в новостном дискурсе канала «Звезда» представлена прямо или метафорически сочетаниями лексем, которые находят себя чаще всего в военной и спортивной тематике.

С другой стороны, еще раз отметим сложность семантического поля выделенного концепта. Новостная тематика, раскрывающая информационное поле различных сфер общественной и международной жизни, в большей степени, чем другие жанровые формы, может и не содержать в своем составе лексем, непосредственно или опосредованно соотносимыми с выделяемым концептом.

Тем не менее, как отмечают исследователи, и без лексических репрезентантов концепта можно передать патриотическое настроение и достигнуть перлокутивного эффекта благодаря доминирующей роли в новостном тексте концептуальной оппозиции «Свой – Чужой», поскольку «роль архитипического противопоставления «своего» и «чужого» по-прежнему чрезвычайно велика, что находит отражение в фактах языка и речи и вообще «противопоставление своего и чужого универсально»¹.

В таблице 2 приведены примеры из новостных блоков канала «Звезда».

Таблица 2 - Примеры из новостных блоков канала «Звезда»

17.04.2015.	<u>Организаторы убийств журналистов и политиков в Киеве выдали сами себя</u> Запрещенная в России организация «Украинская повстанческая армия» взяла на себя ответственность за серию убийств журналистов и политиков в Киеве. Об этом сообщил украинский политолог Владимир Фесенко. По его словам, письмо с признанием от экстремистов пришло к нему на электронную почту. Цитату из заявления Фесенко приводит на своей странице в Фейсбуке. «В подтверждение того, что именно наши бойцы провели эти покушения, приводим факт, неизвестный общественности: Калашников был ликвидирован оружием калибра 7.65х17 и 9х18, сам он также успел сделать выстрел из своего оружия. Мы разворачиваем повстанческую борьбу против антиукраинского режима предателей и московских холуев. И с этого времени будем разговаривать с ними только языком оружия до полного их уничтожения». Следствие по делу об убийствах экс-депутата от Партии регионов Олега Калашникова и журналиста Олеся Бузины проверяет подлинность этого заявления. Ранее советник главы МВД Антон Геращенко подтвердил, что главной версией преступлений является общественно-политическая деятельность погибших. И заявил, что за убийствами могут стоять одни и те же люди.
22.12.2014	<u>Порошенко поблагодарил США за введение экономической блокады Крыма</u> В частности, президент Украины приветствовал введение дополнительных ограничений на торговлю и инвестиции с организациями в Крыму и подписание президентом США акта «О поддержке свободы на Украине».
30.06.2015	<u>Украина приостанавливает закупку российского газа</u> Украинский «Нафтогаз» приостанавливает закупку газа у «Газпрома» с 1 июля 2015 года до согласования условий поставки. Украинскую сторону не устраивает размер скидки, которая на третий квартал снижена со 100 до 40 долларов.

¹ Васильева Е.В. Отражение архитипического противопоставления «Свое» - «Чужое» в языковых данных (на материале русского языка / Е.В. Васильева // Русский язык: исторические судьбы и современность: Международный конгресс исследователей русского языка: Труды и материалы / Под общей ред. М.Л. Ремневой и А.А. Поликарпова. М.: Изд-во МГУ. 2001. – С. 69.

Так, приведенные примеры таблицы 2, из новостных блоков канала «Звезда» показывают, что изучаемый концепт может быть отражен языковыми средствами, которые и не содержат частотных лексических единиц, обозначенных в тезаурусе (см. таблицу 1). По этому поводу Е.Г. Малышева пишет: «причины нам видятся в специфике содержания самого концепта, который относится к сфере культурных и этнически значимых когнитивных феноменов, обладает чрезвычайно разветвленной и подвижной периферийной концептуальной зоной, не всегда отчетливо вербализованной»¹. О таких «духовных» феноменах другой исследователь Ю.С. Степанов размышляет как о концептах, для которых существует граница их познания и описания: «мы можем донести свое описание лишь до определенной черты, за которой лежит духовная реальность, которая не описывается, лишь переживается»².

Нужно сказать, что в таких текстах журналист выражает чувства и эмоции по отношению к информационному сообщению, и прежде всего чувства патриотического наполнения. Более того, и что особенно важно, воздействие таких текстов на аудиторию в информационно-коммуникативных системах приносит положительный эффект, если когнитивная база адресантов «содержит необходимые сведения о

соответствующем событии и о том, что ему предшествовало»³. С другой стороны, человек руководствуется своими убеждениями и схемами установок, относящихся к СМИ, чтобы направлять восприятие и извлекать из своей памяти и знаний необходимые суждения о том, что изображено в событиях-новостях.

Достижению такой базы в основе своей и служат основные элементы государственных образовательных и информационных политик. В части научного осмысления проблем развития информационно-коммуникативных систем профессор Е.Я. Дугин предлагает «следующую логическую схему: от анализа эволюции взглядов на текст и раскрытия особенностей формирования современных смыслов, заключенных в текстах массмедиа, через выявление существующей типологии коммуникативных систем к построению моделей текстов массовой коммуникации и типов изданий, соответствующим ценностным ориентациям, мотивациям и запросам современной аудитории»⁴.

Логика такой схемы, по нашему мнению, уже сегодня просматривается в концепции развития государственного патриотического канала «Звезда» как нового формата электронных коммуникаций.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Абдулова, В.Ф. Современная государственная пропаганда: теоретические и прикладные аспекты. - Режим доступа: <http://cheloveknauka.com/sovremennaya-gosudarstvennaya-propaganda-teoreticheskie-i-prikladnye-aspekty> (дата обращения 31.01.2016).
2. Анипкин, М.А., Антонов Г.В. Источники информации о социально-политической жизни в регионе: социологический анализ // Альманах современной науки и образования. - 2013. - № 3.
3. Бакулев, Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. - М.: Аспект Пресс, 2005.
4. Башиева, С.К., Шогенова, М.Ч. Концепт «патриотизм» как фрагмент вербальной ассоциативно-семантической сети в организации языковой личности (результаты ассоциативного эксперимента) // Вестник СамГУ. – 2010. - №3 (77).
5. Боровиков М.И. Патриотизм как критерий отечественной элиты. - Режим доступа: <http://www.politex.info/content/view/570/30/> (дата обращения: 15.01.2016).
6. Бердяев, Н.А. Патриотизм и политика. - Режим доступа: <http://www.magister.msk.ru/library/philos/berdyaev/berdn044.htm> (дата обращения: 15.01.2016).
7. Блохина, Л.А. Патриотическое воспитание в спортивной школе. - Режим доступа: <http://nsportal.ru/user/628458/page/patrioticheskoe-vospitanie-v-sportivnoy-shkole-po-hudozhestvennoy-gimnastike> (Дата обращения: 12.02.2016).
8. Васильева, Е.В. Отражение архитипического противопоставления «Свое» - «Чужое» в языковых данных (на материале русского языка / Е.В. Васильева // Русский язык : исторические судьбы и современность: Международный конгресс исследователей русского языка: Труды и материалы / под общей ред.

¹ Малышева Е.Г. Лингвокогнитивная идея «патриотизм» в спортивном дискурсивном пространстве: особенности лексико-семантической реализации. Статья 2 // Вестник Омского ун-та, 2010, №3. - С.103.

² Степанов Ю.С. Константы: Словарь русской культуры. 2-е изд., испр. и доп. / Ю.С. Степанов. М.: Академический проект, 2001. – С.83.

³ Малышева Е.Г. Указ. соч. – С. 103.

⁴ Дугин Е.Я. Телевидение в условиях мультимедийности. – М.: Русника. – С. 167.

М.Л. Ремневой и А.А. Поликарпова. - М.: Изд-во МГУ, 2001.

9. Вежевич, Т.Е. Моделирование систем патриотического воспитания школьников: методология, теория, практика. - Улан-Удэ, 2010.

10. Выршиков, А.Н., Кусмарцев, М.Б. Патриотическое воспитание молодежи в современном российском обществе: монография. - Волгоград: НП ИПД Авторское перо, 2006.

11. Герасимова, А.А. Формирование патриотизма современной молодежи как условие политической стабилизации российского общества. - Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/formirovanie-patriotizma-sovremennoi-molodezhi-kak-uslovie-politicheskoi-stabilizatsii-rossi> (дата обращения: 29.01.2016).

12. Государственная программа от 05.10.2010 г. № 795 «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2011-2015 годы». - Режим доступа: http://archives.ru/programs/patriot_2015.shtml (дата обращения: 14.01.2016).

13. Гражданское и патриотическое воспитание молодежи в системе государственной молодежной политики. - Режим доступа: http://knowledge.allbest.ru/pedagogics/3c0a65625b2bc68b4d43b88521306c27_0.html (дата обращения 30.01.2016).

14. Дугин, Е.Я. Телевидение в условиях мультимедийности. - М.: Русника.

15. Дугин, Е.Я. Создание смыслов в электронную эру: Методология и техника новых знаний и образов в массовой коммуникации и PR. - М., 2005.

16. Железнова, Л.Б. «Концепция военно-патриотического воспитания молодежи». - Режим доступа: http://bank.orenipk.ru/Text/t43_70.htm (дата обращения: 14.01.2016).

17. Иваницкий, В.Л. Модернизация журналистики: методологический этюд. - М.: Изд-во Моск. ун-та; Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2010.

18. Исаков, А.И. Российский патриотизм сегодня. - Режим доступа: http://www.observer.materik.ru/observer/N7_2004/7_01.htm (дата обращения: 21.01.2016)

19. Концепция патриотического воспитания граждан. - Режим доступа: <http://www.gospatriotprogramma.ru/the-concept-of-patriotic-education-is-the-basis-of-the-state-program/the-concept-of-patriotic-education-of-citizens-of-the-russian-federation.php/the-concept-of-patriotic-education-is-the-basis-of-the-state-program/> (дата обращения: 11.02.2016)

20. Костюченко, Р.В. Формирование гражданско-патриотических качеств личности обучающегося. - М., 2007.

21. Кротенко, А. Понятие гражданственности и ее развитие через волонтерство. - Режим доступа: <http://www.cloudwatcher.ru/analytics/6/view/53/> (дата обращения: 25.01.2016).

22. Лутовинов, В.И. Патриотизм и проблемы его формирования у российской молодежи в современных условиях. - М., 1998.

23. Лысак, И.В., Наливайченко И.В. Патриотизм в современной России: изменение содержания и трудности формирования. - Режим доступа: <http://irinalysak.ru/index.php/stati/patriotizm> (дата обращения: 22.01.2016).

24. Максимов, А. Патриотизм и патриотическое воспитание молодежи (современные тенденции). - Режим доступа: <http://www.rae.ru/forum2012/14/1354> (дата обращения: 25.01.2016).

25. Мальшева, Е.Г. Лингвокогнитивная идея «патриотизм» в спортивном дискурсивном пространстве: особенности лексико-семантической реализации. Статья 2 // Вестник Омского ун-та. - 2010. - №3.

26. Мальшева, Е.Г. Русский спортивный дискурс: лингвокогнитивное исследование [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=3907625.

27. Патриотизм – духовный потенциал Великой Победы // Материалы конференции (5 декабря 2014 г.). - М.: Кригер, 2014.

28. СМИ как катализатор социокультурных процессов в современной России // Материалы Всероссийской научно-практической конференции 10 апреля 2013 года. - М.: Академия медиаиндустрии, 2013.

29. Степанов, Ю.С. Константы: словарь русской культуры. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: Академический проект, 2001.

30. Тарусин, М.А., Федоров В. В. Взаимоотношения государства и средств массовой информации. Претензии населения к СМИ. - М., 2009.

31. Трауг, Д. Отличайся или погибай [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://vk.com/doc14829691_146281986?hash=ff6785b7b0f4a091de&dl=39d2e0fa3b2bd33628. (Дата обращения 1.02.2016).

32. Трофимова, Г.А. Подбор и анализ событий, имеющих социальный характер. - Режим доступа: <http://www.studfiles.ru/preview/1560373/page:2/> (дата обращения: 27.01.2016).

33. Чалдини, Р. Психология влияния. - СПб.: Питер, 2002.

УДК: 070,
ББК: 76.0

Пастухова Б.П.

**ФОРМЫ И МЕТОДЫ ОСВЕЩЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ В РОССИИ
НА ПРИМЕРЕ ИНТЕРНЕТ-СМИ**

Pastuhova B.P.

**FORMS AND METHODS OF MEDIA COVERAGE OF TOURISM INDUSTRY IN RUSSIA
ON THE EXAMPLE OF INTERNET MEDIA**

Ключевые слова: типология, сетевая журналистика, сетевой журнал, корпоративные СМИ, туризм, сетевой портал, жанр.

Keywords: typology, online journalism, online magazine, corporate media, tourism, web-portal, genre.

Аннотация: в статье характеризуется специфика освещения туризма на примере сетевого корпоративного издания - национального туристического портала. Проводится типологический анализ, сравнительный анализ сетевых и традиционных СМИ. На базе исследования предлагаются направления для дальнейшего совершенствования портала.

Abstract: the article describes specificity of media coverage of tourism on the example of online corporate media – National tourism portal. The author conducts typological and comparative analysis of traditional and online media. Based on this analysis the author proposes next directions for a further improvement of portal.

Актуальность темы обусловлена тем, что государством взят курс на развитие внутреннего туризма. 11 июня 2016 г. Председатель правительства РФ Д. Медведев подписал постановление о создании туристско-рекреационных кластеров. Сама федеральная программа по развитию внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации была сформирована несколько лет назад, но именно сейчас, в связи с происходящими изменениями в экономической и социальной сферах жизни граждан, внутренний туризм становится предметом интереса все более широких групп населения. Это связано с такими факторами, как ослабление национальной валюты, ограничения на путешествия в отдельные страны, общенациональное снижение покупательской способности населения.

Учитывая первостатейную важность данного вопроса, нам необходимо понять насколько СМИ разрабатывают тему внутреннего туризма. В данной статье мы будем рассматривать это на примере портала <https://russia.travel>, основанного Федеральным агентством по туризму.

Помимо нарастающей популярности и доступности внутреннего туризма, актуальность исследования обусловлена тем, что с ростом количества людей, пользующихся сетью Интернет, повышается и значимость информирования о туризме и путешествиях посредством сетевых изданий. Согласно исследованию ФОМ, на зиму 2015 - 2016 года показатель проникновения ин-

тернета среди взрослого населения России составил 69%, или 80,5 млн. человек, и эта цифра постоянно растет.¹

Современный туризм является интенсивно развивающимся социальным феноменом, актуальной сферой человеческой деятельности, образования, потребления, времяпрепровождения, обусловленной системой взаимодействия человека с миром. Туризм активно взаимодействует со сферами культуры, образования, досуга, масс-медиа. Естественная «влюбленность» людей в культуру, тяга к познанию глубинных оснований и ее исторических корней - одна из предпосылок возникновения и развития феномена туризма.

Другим не менее важным фактором роста значения внутреннего туризма является усиление потребности гражданина в определении своей культурно-цивилизационной идентичности. «Откуда я родом, из какого культурного племени, каково место моей национальной (или региональной) культуры в мировой системе координат?» - эти традиционно возникающие перед каждым новым поколением вопросы и проблемы приобрели особое звучание. Главной причиной их актуализации является глобализация и ее последствия, которые серьезно изменили современный культурный ландшафт. Людей всегда интересовала жизнь других народов, их культура, обычаи, традиции, достопримечатель-

¹ Бюллетень «Интернет в России. Зима 2015 - 2016 гг.», <http://fom.ru/SMI-i-internet/12610>

ности. Россия с ее разнообразием культур, традиций, народностей регионов, климатических зон может предоставить интересные возможности любопытствующему путешественнику.

Одним из важнейших средств формирования культуры туризма, в том числе внутреннего, являются печатные издания, в особенности научно-популярные, которые сегодня активно переходят в сетевой формат.

Вместе с тем процессы становления сетевых изданий и их роль в освещении туризма в научном плане изучены недостаточно. В России не существует исследований, которые отражали бы весь комплекс связанных с этим проблем и особенностей. Многие процессы, происходящие в этой области, развиваются столь стремительно, что их не успели осмыслить и современные ученые-теоретики - специалисты в области СМИ.

Туристическая индустрия, путешествия, краеведение активно освещались в рамках научно-популярных изданий традиционных СМИ. Большинство исследований в этой области посвящены либо отдельно проблемам медиаобразования, либо развитию туристической индустрии. Изучение роли сетевых медиа в развитии индустрии туризма могло бы внести весомый вклад как в развитие медиа, так и повлиять на совершенствование индустрии туризма.

Выделяются следующие типы изданий в рамках сетевой журналистики:

- традиционные СМИ, имеющие печатную форму, но представленные он-лайн. Например, такие издания, как: «Вокруг света», «ГЕО», «National Geographic Россия» - www.vokrugsveta.ru, www.geo.ru, <http://www.nat-geo.ru/>;

- сетевые издания, представленные исключительно в on-line, не имеющие печатных аналогов: lenta.ru, <http://www.interestmir.ru/>, gazeta.ru

- корпоративные издания — интернет-сайт, интернет-портал, служащий интересам определенной корпорации, созданные по ее инициативе и предназначенный, как правило, для людей, имеющих определенное отношение к данной корпорации.¹

Из перечисленных выше групп особый интерес представляют сетевые корпоративные издания. Это направление в настоящий момент еще только формируется, находится на этапе институционализации. Именно поэтому для более подробного типологического анализа мы решили взять национальный туристический портал - <https://russia.travel>, основанный Федеральным

агентством по туризму. По сути, это корпоративное, информационно-аналитическое сетевое издание, посвященное туризму и культуре в России.

Проект по созданию портала был начат еще в 2013 году. Тестовая версия оказалась доступна в конце 2014 году, а в декабре 2015 года состоялась официальная презентация ресурса в рамках III Санкт-Петербургского международного туристского форума.

Определение структурно-функциональных особенностей сетевых изданий было бы затруднительно без учета наработок представителей отечественной школы изучения СМИ.

Существует несколько подходов к типологии медиа.

Изначально типологическое исследование системы СМИ как особое направление в журналистской науке сформировалось в последней трети XX века. В работах А.Г. Бочарова², А.В. Западова³, Я.Н. Засурского⁴ было разработано понятие типа издания, определены важнейшие типологические характеристики масс-медиа. Московская школа представлена М.В. Шкондиным⁵, который обосновывал рассмотрение совокупности СМИ как системы, изучение которой должно проходить в рамках типологического подхода. Стоит отметить также ростовскую научную школу в разработке данного подхода, представленную А.И. Акоповым⁶ и Е.Г. Корниловым.⁷

С развитием сетевой журналистики важным этапом осмысления типологической сущности и типологических признаков сетевых изданий стали следующие статьи А.И. Акопова: «Типологическая характеристика сетевых периодических изданий Интернета»⁸ и «Типоло-

² Бочаров А.Г. Основные принципы типологии современных советских журналов // Вестник Московского университета. Сер.10. Журналистика. М., 1973. № 3.

³ Западов А.В., Соколова Е.П. Тип издания как научная проблема и практическое понятие // Вестник Московского университета. 1976. № 2

⁴ Типология периодической печати / под ред. Я.Н. Засурского. М.: Изд-во МГУ, 1995.

⁵ Шкондин М.В. Типология периодической печати. М., 1995.

⁶ Акопов А.И. Методика типологического исследования периодических изданий (на примере специальных журналов). Иркутск: Изд-во Иркутского университета, 1985.

⁷ Корнилов Е.А., Акопов А.И. Типология в современной науке о печати (к постановке проблемы) // Методы исследования журналистики. Ростов н/Д.: Изд-во Ростовского университета, 1984.

⁸ Акопов А.И. Типологическая характеристика сетевых периодических изданий Интернета // Акценты. – 1999. – № 1–2.

¹ Чемякин Ю.В. «Корпоративные СМИ: секреты эффективности», - Екатеринбург, 2006 г.

гические признаки сетевых изданий»¹. В первой работе ставится проблема определения типа периодического сетевого издания, а во второй - делается попытка детализировать типологические признаки сетевых изданий и их наполнение на основе предложенной ранее методики. При этом Акопов включает электронные газеты и журналы в систему периодических изданий.

Исследователи М.М. Лукина и И.Д. Фомичева в своих работах рассматривают такую существенную характеристику интернет-СМИ, как интерактивность, т.е. двустороннее взаимодействие с потребителем информации. Данный признак говорит о связи между редакцией сетевых масс-медиа и их потенциальной аудиторией.²

Другой специфической типоформирующей особенностью сетевых изданий является такой элемент, как гипертекстуальность. А. Калмыков и Л. Коханова исследуют эту составляющую, в том числе анализируя ее влияние на язык публикаций в сетевой журналистике.³

В ходе данной статьи мы не будем заострять внимание на технических и технологических аспектах функционирования сетевых изданий, а исследуем обозначенный портал в контексте журналистики и теории массовой коммуникации.

Мы ориентируемся на модель, разработанную М.В. Шкондиным. Продолжая развивать теорию типологии СМИ с учетом последних технологических изменений, он отмечает: «Под воздействием современных технологий в структуре СМИ резко увеличивается доля электронных коммуникаций. При этом остающиеся в информационном пространстве СМИ подвергаются типологической модификации и для того, чтобы выжить, существенно меняют свое лицо».⁴

М.В. Шкондин выделяет следующие ведущие типоформирующие факторы: характер аудитории, целевое назначение издания, харак-

тер передаваемой информации.

Системная типологическая модель СМИ включает в себя следующие модели: компонентные (аудиторная, редакционная, технологическая, экономическая и др.), функциональные (в соответствии с функциями общественного сознания) и организационные (в соответствии с организационной структурой общества).

Из этих трех моделей для целей настоящей статьи мы остановимся на информационно-содержательной составляющей компонентной модели, которая, в свою очередь, подразделяется на содержательную модель.

Ключевая функция портала (целевое назначение) – популяризация внутреннего туризма для сограждан и иностранцев, информирование о достопримечательностях и возможностях для разных видов отдыха на территории России. Для реализации данной функции сформирован обширный контент, включающий новости туризма, заметки, фотографии, интерактивные карты, отзывы путешественников. Для эффективной коммуникации с иностранцами сайт доступен на 8 языках, включая русский.

В данном случае целевое назначение данного сетевого издания напрямую соотносится с интересами аудиторной группы – массовой аудитории.

Основу содержательной модели портала Russia.travel составляет тематика туризма, которая имеет две составляющие: естественнонаучную и культурно-просветительскую.

Эта тематика имеет свою жанровую традицию. Родоначальником «туристической» прессы и основоположником данного типа изданий в России стал журнал «Вокруг света», основанный в 1861 г. М.О. Вольфом. Он позиционировался как «журнал землеведения, естественных наук, изобретений и наблюдений» и имел все характерные черты научно-популярного журнала.

Основные его особенности заключались в сочетании научно-познавательного и литературно-художественного аспекта наряду с обилием научной информации, изложенной в популяризированной форме. Журнал содержал путевые заметки, рассказы об экспедициях, отчеты об экспедициях, иного рода развлекательную и познавательную информацию о путешествиях. Кроме того, «Вокруг света» публиковал фантастические рассказы, и в этом заметно продолжение традиций дореволюционного «Вокруг света», где печатались фантастические и приключенческие литературные произведения.

В исследуемом нами портале присутству-

¹ Акопов А.И. Типологические признаки сетевых изданий // Филологический вестник Ростовского университета. – 2000.

² Лукина М.М. СМИ в пространстве Интернета / М.М. Лукина, И.Д. Фомичева. – М.: Факультет журналистики МГУ, 2005.

³ Калмыков А. А. Интернет-журналистика: учеб. пособие для студентов вузов / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.

⁴ Шкондин М.В. Трансформация типологической структуры российских СМИ: системные аспекты // От книги до Интернета. Журналистика и литература на рубеже нового тысячелетия. - М.: Изд-во Московского университета, 2000.

ет та же тематика, что и на страницах аналогичных традиционных изданий: уже помянутый нами «Вокруг света», GEO, National Geographic, «Туризм и отдых». Вместе с тем, фокус смещен на внутренний туризм, мы не найдем упоминания о зарубежных объектах.

Свое влияние на форму и характер подачи материала, процесс освещения тематики туризма: новости добавляются значительно быстрее, в том числе с локализацией по городам, значительно (по отношению к печатным СМИ) увеличивается объем информации, добавляется интерактивный элемент - возможность пользователей добавить свои фотографии, отзывы о посещенных городах, достопримечательностях, связь со страницами в социальных сетях.

Для более глубокого анализа содержательной модели было рассмотрено более 100 статей, размещенных на портале за 2015 – 2016 гг. Всего на сайте более 14 000 текстовых элементов – справки, заметки, новости, статьи, соответствующие определенному объекту. Помимо текстового сообщения в информации об объекте добавляется фотография и интерактивная карта, с указанием места.

Контент на портале структурирован следующим образом:

1. По видам туризма:

- активный отдых;
- гастрономический туризм;
- по местам воинской славы;
- детский отдых;
- пляжный;
- рекреационный;
- паломнический / религиозный;
- событийный;
- приключенческий;
- рыбалка и охота;
- сельский;
- культурно-просветительский (театры, музеи, необычные места).

2. По географическому признаку:

- регионы, объединенные в кластеры на базе федеральных округов.

В рамках каждого региона есть отдельное деление на рубрики в зависимости от специфики конкретной местности.

Например, если мы обратимся к подразделу, посвященному Красноярскому краю, то увидим следующие рубрики:

- природа;
- развлечения;
- культура;
- религия;
- интересное о регионе;
- событийный туризм;

- города и поселения;
- активный отдых;
- гастрономический туризм;
- театры;
- музеи.

Основными жанрами публикаций на портале являются очерк, статья. Целый ряд рубрик портала представлен информационными жанрами, преимущественно заметками. При этом одни материалы написаны конкретными авторами, а другие не имеют конкретного автора либо предоставлены пресс-службами отдельных регионов, туристических сайтов отдельных регионов. Плотность наполнения информацией значительно разнится от региона к региону. Во многом контент формируется для портала силами локальных организаций региона, отвечающих за туристическую деятельность.

Среди проблем с наполнением информации о ряде субъектов Алексей Конюшков - заместитель руководителя Ростуризма, называл «отсутствие представления о качественном контенте» (Дальний Восток, Северный Кавказ), небольшое количество объектов турпоказа, «отсутствие возможности приобрести качественный контент» (фотографии и тексты), а также «низкую мотивацию в дополнительном привлечении туристов у регионов, имеющих стабильный турпоток» (Горный Алтай, Кабардино-Балкария, Карачаево-Черкесия).¹

Характер изложения в статьях варьируется от сухого, научного, энциклопедического до художественного.

Для примера возьмем очерк про традиции и обычаи рутульцев, размещенный в разделе «Традиции» региона Дагестан. В нем описываются законы гостеприимства, правила быта, особенности распределения семейных ролей и правила поведения. *«Рутульцы строго соблюдали законы гостеприимства. Чтобы не навлечь на свой дом несчастья, хозяин должен был накормить гостя, проявить радушие. В случае необходимости он защищал гостя даже ценой своей жизни. Правом гостеприимства могли воспользоваться даже кровники, если приходили в дом искать защиты и покровительства. Спрашивать гостя о цели визита считалось неприличным. Гость, в свою очередь, должен был вести себя скромно, не доставлять беспокойства хозяевам».*² Данный очерк написан в энциклопедической форме,

¹ «Запущен национальный туристический портал Russia.travel» <http://fontanka.fi/articles/24947/>

² «Традиции и обычаи рутульцев», <https://russia.travel/places/303916/>

литературным языком, понятным широкому кругу читателей.

Примером типичной заметки, размещаемой на страницах национального туристического портала, может послужить новость о восстановлении межевого столба в Марий Эл. *«В Республике Марий Эл завершена реставрация межевого столба XIX века. Тогда он обозначал границу между территориями Казанской и Нижегородской губерний, проходившую по Сибирскому (Екатерининскому) тракту. Подобных столбов в России сохранилось всего два – второй установлен в Рязанской губернии»*¹. Типичным для такого рода заметок является отсутствие автора – об этой особенности мы говорили и ранее.

Совсем иная по стилистике статья о кухне Республики Коми. Она написана художественным литературным языком с обилием стилистических украшений. *«Несметные богатства лесов, рек и озер Коми нашли свое отражение в национальной кухне. Как устоять перед наваристой ухой-юквой из хариуса или сёмги? Как не соблазниться северным деликатесом – строганиной из нежного мяса молодого оленя (айбарч)?*

*Сердцем любого гостеприимного дома в Коми издревле была русская печь, в которой румянились пышные квадратные шаньги с творожной или ягодной начинкой или ароматные рыбники. К праздничному столу нередко целиком запекали птицу – рябчиков, глухарей, гусей, куропаток, делали самоленые пельмени, которые подавались гостям на деревянных дощечках. Количество блюд в праздники могло исчисляться десятками!»*².

Особняком стоят текстовые материалы, размещенные в рубрике «Охота и рыбалка». Они представляют собой, скорее, рекламные объявления, снабженные описанием преимуществ места, возможностей для остановки на ночлег. В них также указываются контактные данные организаторов рыболовного или охотничьего хозяйства, базы.

«Туристическая база находится на реке Поной напротив устья реки Лебяжья. Протяженность рыбопромыслового участка составляет 110 км от устья реки Лебяжья до села Краснощелье. На этом участке находятся реки Лосинга, Ягодная, Совиная, Сухая, Лебяжья. Есть возможность установления на дополнительных палаточных лагерей. Возможны снегоходные сафари, рыбалка, охота,

отдых на природе.

*Размещение гостей осуществляется в 6 щитовых домиках и 4 срубках. Одновременно база может принять 12 гостей. Домики снабжены всей необходимой мебелью и печкой. В лагере имеются бани и душевые. Удобства на территории. Гости доставляют вертолетом»*³.

Стоит отметить, что на страницах портала нет репортажей, интервью проблемных статей. Контент, размещаемый на сайте, носит, скорее, справочный характер либо анонсирует те или иные мероприятия.

Интернет сегодня дает уникальную возможность иметь моментальный доступ ко множеству источников данных, причем одновременно. Из всего многообразия пользователь может выбрать наиболее интересную и релевантную для него информацию, принимать на основе этого определенные решения. Благодаря этой особенности, сетевая журналистика оказывается на передних позициях в вопросах освещения и продвижения проблематики внутреннего туризма. Создание национального туристического портала является важным стратегическим шагом в этом вопросе.

Подводя итоги, мы приходим к следующим выводам: портал отвечает целям продвижения внутреннего туризма, охватывая все регионы Российской Федерации, соответствует масштабу задачи. Разработанный рубрикатор соответствует самым разнообразным интересам потенциальных путешественников и охватывает широкий спектр возможностей отдыха – от рыбалки и охоты до посещения выставок и паломничества. Такая организация журнала позволяет ему рассчитывать на охват максимально широкой аудитории.

Вместе с тем, качество контента нуждается в развитии и унификации. Портал работает меньше года для массовой аудитории, и необходимо время и усилия географически распределенной команды, чтобы поднять качество представления информации на новый уровень. Кроме того, дальнейшее развитие интерактивной составляющей может повысить уровень доверия и вовлеченности аудитории.

¹ «В Марий Эл установили уникальный межевой столб», <https://russia.travel/news/305129>

² «Коми-кухня», <https://russia.travel/places/282419/>

³ «База на реке Поной» <https://russia.travel/places/303228/>

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Акопов, А.И. Методика типологического исследования периодических изданий (на примере специальных журналов). - Иркутск: Изд-во Иркутского университета, 1985.
2. Акопов, А.И. Типологическая характеристика сетевых периодических изданий Интернета // Акценты. – 1999. – № 1–2.
3. Акопов, А.И. Типологические признаки сетевых изданий // Филологический вестник Ростовского университета. – 2000.
4. Бочаров, А.Г. Основные принципы типологии современных советских журналов // Вестник Московского университета. Сер.10. Журналистика. - М., 1973. - № 3.
5. Западов, А.В., Соколова Е.П. Тип издания как научная проблема и практическое понятие // Вестник Московского университета. - 1976. - № 2.
6. Засурский, Я.Н. Типология периодической печати / под ред. Я.Н. Засурского. - М.: Изд-во МГУ, 1995.
7. Калмыков, А.А. Интернет-журналистика: учеб. пособие для студентов вузов / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.
8. Корнилов, Е.А., Акопов А.И. Типология в современной науке о печати (к постановке проблемы) // Методы исследования журналистики. - Ростов н/Д.: Изд-во Ростовского университета, 1984.
9. Лукина, М.М. СМИ в пространстве Интернета / М.М. Лукина, И.Д. Фомичева. – М.: Факультет журналистики МГУ, 2005.
10. Ростовская, Ю.В. Интарактивное медиапространство как фактор развития туристических журналов // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. – 2015. - № 4(19). – С. 39-43.
11. Ростовская, Ю.В., Витковская Н.Г. Туристическая пресса: этапы становления // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. – 2015. - № 2(18). – С. 306-316.
12. Чемякин, Ю.В. Корпоративные СМИ: секреты эффективности. - Екатеринбург, 2006.
13. Шкондин, М.В. Типология периодической печати. - М., 1995.
14. Шкондин, М.В. Трансформация типологической структуры российских СМИ: системные аспекты // От книги до Интернета. Журналистика и литература на рубеже нового тысячелетия. - М.: Изд-во Московского университета, 2000.
15. Шкондин, М.В. Системная типологическая модель СМИ. — М., 2002.
16. Бюллетень «Интернет в России. Зима 2015 - 2016 гг.». - Режим доступа: <http://fom.ru/SMI-i-internet/12610>
17. «Запущен национальный туристический портал Russia.travel» - Режим доступа: <http://fontanka.fi/articles/24947/>
18. <https://russia.travel/> Национальный туристический портал.

УДК: 070
ББК: 76.0

Смирнова О.В.

МЕСТНЫЕ ГАЗЕТЫ В НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

Smirnova O.V.

LOCAL NEWSPAPERS IN THE NEW TECHNOLOGICAL CONDITIONS

Ключевые слова: Россия, местная пресса, деятельность журналиста, конвергенция, информационные технологии.

Keywords: Russia, local press, activity of the journalist, convergence, information technologies.

Аннотация: в статье представлены некоторые результаты масштабного исследования «Газеты средних и малых городов России в 2010-х гг.», которое проводится сотрудниками факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова с начала 2013 г. Всего было опрошено 153 главных редакторов и журналистов местных газет. Проанализировано лишь одно направление исследования, касающееся работы журналистов в современных технологических условиях и основных процессов конвергенции в редакции. В целом ответы руководителей редакций и журналистов показали, что технологическое развитие местных газет России происходит достаточно активно. Этот факт в значительной степени влияет на характер и содержание работы журналистов.

Abstract: some results of the large-scale Research "Newspapers in small and medium sized Russian cities in 2010" which is carried out by the staff of faculty of journalism of Lomonosov Moscow State University since the beginning of 2013 are presented. This article is written based on a survey of 153 respondents in 66 editors' offices from 55 Russian towns. In article only one of the directions of research concerning work of journalists in modern technological conditions and the main processes of convergence is analyzed. In general answers of journalists showed that technological development of local newspapers of Russia goes rather actively and it substantially influences on the character and the content of work of the journalists.

В последние десятилетия при анализе деятельности массмедиа наибольшее значение придается процессу проникновения цифровых технологий и активному формированию новой конвергентной среды, в которой существуют и развиваются средства массовой информации¹. Несмотря на наступление цифровых медиа печатные издания, по убеждению исследователей, обязаны и в будущем сохранить за собой традиционную роль поставщиков качественной информации. Для решения этой задачи им необходимо провести корректировку стратегий, которые позволяют успешно функционировать и в цифровую эпоху.

Представляется, что важнейшей составляющей стратегии современной прессы является как ее цифровое развитие, так и развитие и поддержание на высоком уровне профессионализма журналистов и качества содержания издания.

Цифровое развитие печатных СМИ предпо-

лагает в первую очередь развитие конвергентности и мультиплатформенности. При этом развитие интернет-версии, создание цифрового ТВ и РВ по примеру, скажем, ИД «Комсомольская правда», не предполагает обязательного отказа от печатного формата, а требует необходимости скорей дополнить его новыми инструментами, которые позволяют идти в ногу со временем. Это, безусловно, требует не только высокого уровня технологического оснащения редакций, но также и новых, дополнительных компетенций от журналистов. Нельзя не согласиться с тем, что в современной эпохе новые информационные технологии, в том числе Интернет, уже стали неотъемлемой частью профессии журналиста.

Поэтому важнейшим направлением в контексте данной стратегии является развитие цифровых компетенций журналистов и сотрудников редакций СМИ. В то же время исследователи отмечают, что региональные, местные СМИ пока лишь вступают на путь конвергенции и мультимедийности. Это вызвано различным уровнем развития технологий. При этом региональные СМИ в значительной степени сохраняют функции информирования и целенаправленного воз-

¹ Вартанова Е.Л. О необходимости модернизации концепций журналистики и СМИ // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 2012. – № 1. – С. 7–26; Вартанова Е.Л., Макеенко М.И., Вырковский А.В. Мультимедийные стратегии московских FM-радиостанций // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 2011. – № 6. – С. 6–32.

действия на аудиторию¹.

В данной статье представлены некоторые результаты исследования работы журналистов в современных технологических условиях и основных процессов конвергенции в редакциях местных газет. Это исследование является частью масштабного проекта «Газеты средних и малых городов России в 2010-х гг.», проводившегося сотрудниками факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова в 2013–2015 гг. (руководители проекта – О.В. Смирнова и М.В. Шкондин, авторы – Л.Г. Свитич и А.А. Ширяева)².

Необходимо напомнить, что средние и малые города традиционно имеют большое значение для России. В стране 1 099 городов, из них 155 средних (с населением от 50 до 100 тыс. человек) и 780 малых городов (с населением до 50 тыс. человек), т.е. всего 935, что составляет 85% всех городов страны. Население таких городов – 27 310 615 человек, что составляет 28% городского населения. Средние и малые города являются центрами общественной, хозяйственной и культурной жизни региона. Кроме того, это хранители российской истории, народной культуры, промыслов, традиций и обычаев. И конечно, это наиболее массовый и важный сегмент информационно-коммуникационного пространства страны и регионов. Местные издания порой единственный информатор о жизни города и района. Поэтому важной задачей, на наш взгляд, является изучение эффективности мест-

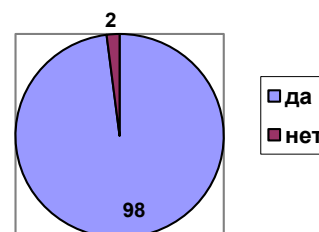
ных российских СМИ, соответствия их уровня современным тенденциям развития медиа, в том числе того, как внедряются в местных газетах новые цифровые технологии и какими темпами, в каких формах идут процессы конвергенции³. В выборку исследования попали:

- все 8 округов Российской Федерации;
- 26 субъектов Российской Федерации;
- 55 городов;
- 66 редакций газет.

Итак, что показало данное исследование?

Всего было опрошено 153 главных редакторов и журналистов местных газет. Анкета была обширной и охватывала круг вопросов от содержания и экономики газеты до степени профессиональной свободы и технологических условий труда журналистов. В целом ответы руководителей редакций и журналистов показывают, что технологическое развитие местных газет России происходит достаточно активно и это в значительной степени влияет на характер и содержание работы журналистов. Так, ответы на вопрос «Обеспечена ли ваша редакция выходом в Интернет?» показали, что практически все редакции имеют выход в Интернет (рисунок 1).

**Обеспечена ли ваша редакция
выходом в Интернет?
(в % к числу ответивших на вопрос)**



**Рисунок 1 – Обеспеченность редакции
выходом в интернет**

На вопрос «Достаточно ли обеспечена ваша редакция цифровой техникой?» лишь 8% ответили, что плохо ею обеспечены, 50% ответили, что обеспечены средне, 32% – что «вполне обеспечена» (рисунок 2).

¹ Астафуров И.В. Региональные СМИ в условиях мультимедийности и конвергенции // Международная научно-практическая конференция НАММИ «Актуальные проблемы медиаисследований-2016»; Материалы конференции. – М.: Ф-т журн. МГУ, 2016, с.18.

² См.: Свитич Л.Г., Смирнова О.В., Ширяева А.А., Шкондин М.В. Газеты средних и малых городов России в 2010-х гг. // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 2014. – № 5. – С. 3–25; № 6. – С. 52–73; *Их же*: Содержательно-тематическая структура городских газет (контент-аналитическое исследование) // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 2015. – № 6. – С. 64–91; Коммуникативные характеристики контента городских газет (по результатам контент-анализа) // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 2016. – № 1. – С. 3–27; Жанры публикаций в городской газете // Вестн. Волжского ун-та им. В.Н. Татищева. Сер. Гуманитарные науки. – 2015. – № 4 (9); Свитич Л.Г., Смирнова О.В., Вырковский А.В. Экономическое положение редакций (по результатам опроса редакторов и журналистов газет средних и малых городов России) // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 2015. – № 3. – С. 46–65; Свитич Л.Г., Смирнова О.В., Шкондин М.В. Информационный потенциал общества и медиаресурсы городских газет // Вестн. Волжского ун-та им. В.Н. Татищева. Сер. Филология. – 2016. – Т. 1. – № 1. – С. 183–193.

³ Свитич Л.Г. Влияние процессов медиаконвергенции на характер журналистского труда (по результатам социологического исследования «Газеты средних и малых городов России в 2010-х гг.») // Акценты: новое в журналистике и литературе. – 2014. – Вып. 5–6 (124–125). – С. 19–25.

Достаточно ли обеспечена ваша редакция цифровой техникой? (в % к числу опрошенных)

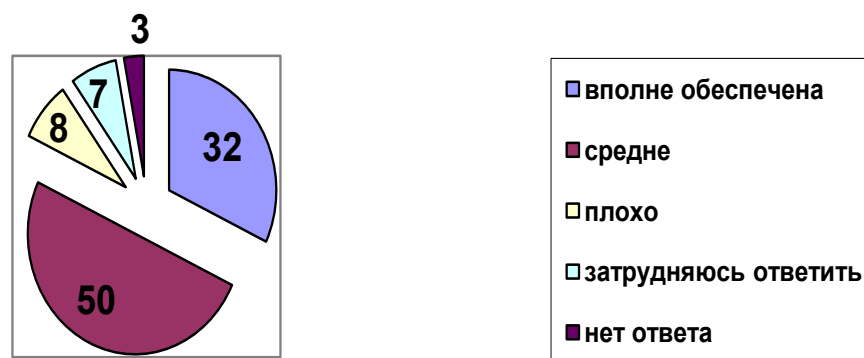


Рисунок 2 – Обеспеченность редакции цифровой техникой

На вопрос об обеспеченности **компьютерными программами** редакторы и журнали-

сты дали не очень утешительные ответы (рисунок 3).

Достаточно ли обеспечена ваша редакция необходимыми компьютерными программами? (в % к числу опрошенных)

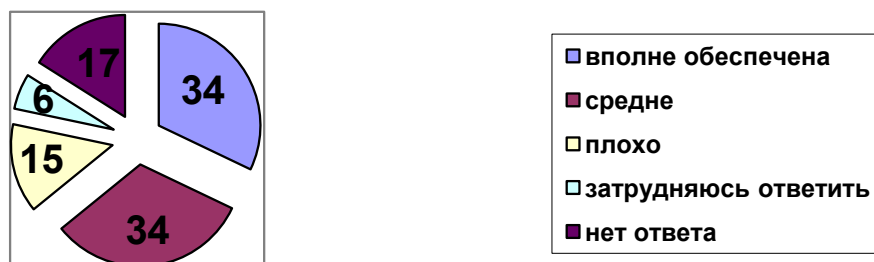


Рисунок 3 - Обеспеченность редакции компьютерными программами

Как видим, в совокупности 68% респондентов считают, что редакции вполне (34%) или средне (34%) обеспечены компьютерными программами. В то же время 15% респондентов считают, что плохо.

Следующий блок вопросов был нацелен на выяснение уровня вовлеченности журналистов в пользование цифровыми технологиями и

уровня их цифровой компетентности. Так, ответы на вопрос: «Если вы пользуетесь компьютером, то как часто?» продемонстрировали, что в местных газетах еще есть журналисты, которые не пользуются компьютером, однако их единицы. Почти 90% работает за компьютером ежедневно (рисунок 4).

Если Вы пользуетесь компьютером, то как часто? (в % к числу опрошенных)

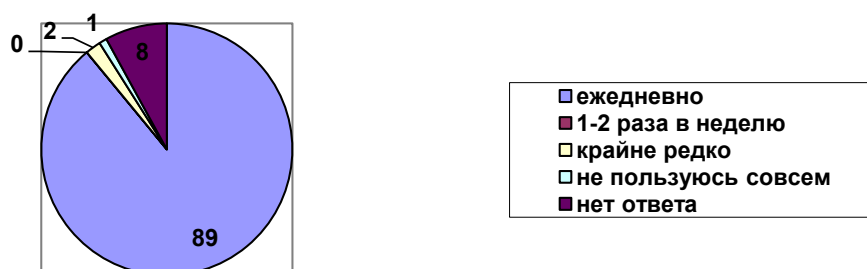


Рисунок 4 – Частота использования компьютера

Анкетирование также позволило понять, как развиваются различные направления медиа-

конвергенции в местных газетах. Приведенная ниже таблица показывает, что большая часть

газет размещается в Интернете (62%), почти половина (43%) имеет самостоятельные интернет-версии, некоторые издания также занимаются подготовкой аудио - и видеоконтента для своих сайтов, готовят контент для мобильных медианосителей. Судя по ответам, издания, ко-

торые принимали участие в исследовании, в 87% случаев выкладываются в той или иной форме в Интернет. Лишь 13% ответили, что их редакция выпускает только печатное издание газеты (таблица 1).

Таблица 1 - Ответы журналистов на вопрос: «Какие из перечисленных ниже форм ваша редакция практикует уже сейчас, а какие собирается использовать в ближайшее время или не планирует применять?» (в % к числу опрошенных)

№ пп	Формы конвергенции	%
1	Печатное издание полностью выкладывается на сайт	62
2	Помещение на сайте мультимедийного контента: фото, аудио и видеоматериалов	46
3	Существует самостоятельная интернет-версия издания	43
4	Выпускаем только печатное издание	13
5	Подготовка контента для радио	11
6	Подготовка контента для телевидения	7
7	Подготовка контента для мобильных медианосителей	4

Здесь следует также отметить, что процессы конвергенции интенсивнее идут в газетах средних городов: 54% их сотрудников говорят о том, что в редакциях есть люди, ответственные за этот сектор работы, а в некоторых есть даже специальные веб-отделы или редакции. При этом больше половины журналистов газет средних городов постоянно включены в конвергентную работу, тогда как в малых только пятая часть, т.е. в два раза меньше.

На вопрос о личном участии журналистов в подготовке контента для Интернета или других платформ ответили положительно 70% от числа опрошенных. Опрос также показал, что виды работ, которыми занимаются журналисты, включая и новые обязанности по конвергентным процессам, достаточно разнообразны. Кроме написания и редактирования своих текстов 89%, журналисты занимаются фотосъемкой (74%), общением с аудиторией по электронной

почте, на форумах и в социальных сетях (47%), размещением на сайте издания фотоконтента (20%) и видеоконтента (10%) и другими видами деятельности. Таким образом, значительная часть работы современного журналиста местной прессы в России тесно связана с конвергентными процессами: ведением интернет-сайта редакции, размещением на нем фото-, видео- и аудиоконтента, видеосъемкой, видеоредактированием и видеомонтажом. Следует также констатировать, что пока лишь немногие журналисты в местных газетах имеют собственные сайты (6%).

Подавляющее большинство журналистов (правда, с разной степенью активности) пользуются для связи со своей аудиторией социальными сетями. Только 14% не обращаются к ним совсем, а около 60% делают это или каждый день или хотя бы раз или два в неделю (рисунок 5).



Рисунок 5 – Использование журналистами социальных сетей

Важной задачей исследования было выяс-

нить, какова степень влияния новых технологий

на характер журналистского труда в местных газетах России. Любопытно, что на вопрос «Влияют ли новые технологии на журналистскую профессию?» только 32% журналистов считают, что труд журналиста изменился кар-

динально, 56% ответили, что лишь отчасти влияют, а 4% ответили, что совсем не влияют и что в основном процесс создания публикаций остался прежним (таблица 2).

Таблица 2 - Ответы на вопрос: «Влияют ли новые технологии на журналистскую профессию?» (в % к числу опрошенных)

№ пп	Варианты ответов	%
1	Труд журналиста изменился кардинально	32
2	Отчасти влияют	56
3	Не влияют вовсе, в основном процесс создания публикаций остался прежним	4
4	Затрудняюсь ответить	8
5	Нет ответа	4

Конечно, важно было не только убедиться, в том, что технологии влияют на профессию журналиста, но также понять особенности этого влияния. Вопрос «Если влияют, то в каком направлении?» был нацелен на то, чтобы дать

журналистам возможность сформулировать и обозначить конкретные изменения. И надо признать, что ответы на этот вопрос показали интересные результаты (таблица 3).

Таблица 3 - Ответы на вопрос: «Если влияют, то отметьте, пожалуйста, в каком направлении?» (в % к числу опрошенных)

№ пп	Варианты ответов	Общее
1	Стало легче найти необходимую информацию в Интернете и проверить ее	69
2	Оперативнее стал процесс работы и передачи информации	61
3	Оптимизировался ритм работы	48
4	Новые технологии заставляют постоянно учиться	45
5	Усилилась интерактивность в общении с аудиторией по социальным сетям, при помощи электронной почты, форумов и т.п.	44
6	Улучшились в целом технологические возможности процесса выпуска газеты	44
7	Информацию можно передавать по каналам связи, журналист менее «привязан» к редакции, так как процесс производства может быть «надомным»	40
8	Работа журналиста стала еще более публичной и обсуждаемой, получает позитивные или нелицеприятные оценки	31
9	Очень высок ритм работы, необходимо укладываться в более сжатые сроки, чем прежде, увеличилась «потогонность» профессии	27
10	Реже стали работать с традиционными письмами читателей	27
11	Увеличились возможности для связи с экспертами и специалистами в разных областях по сетям Интернета	26
12	Информация становится все более вторичной	18
13	Процесс создания текстов стал более творческим	17
14	Процесс создания текстов стал менее творческим	14
15	Журналист все реже бывает наблюдателем событий или общается непосредственно с их участниками при сборе информации для публикации	12
16	Новые технологии смещают фокус внимания с содержания журналистских публикаций на форму ее производства	8
17	Затрудняюсь ответить	-

Как явствует из таблицы, в ответах фигурируют как позитивные, так и негативные изменения и эффекты. Только две позиции доминируют: стало легче найти необходимую информацию в Интернете и проверить ее (69%), оперативнее стал процесс работы и передачи информации (61%). 44% опрошенных полагают,

что улучшились в целом технологические возможности процесса выпуска газеты.

В зоне от 26 до 44% ответов оказались направления работы, связанные с интерактивным взаимодействием с аудиторией и источниками информации. Отмечается, что:

– усилилась интерактивность в общении с

аудиторией по социальным сетям, при помощи электронной почты, форумов и т.п.;

– работа журналиста стала еще более публичной и обсуждаемой, получает позитивные или нелицеприятные оценки;

– увеличились возможности для связи с экспертами и специалистами в разных областях по сетям Интернета.

В то же время отмечается, что журналисты стали реже работать с традиционными письмами читателей.

И наконец, относительно характера труда журналиста. Кроме того, что стало легче найти необходимую информацию в Интернете и проверить ее, достаточно часто (от 26 до 48%) отмечены позиции, связанные с тем, что оптимизировался ритм работы, практикуются некоторые элементы фрилансинга: стало возможно передавать материалы по электронной почте и другим каналам связи. Таким образом, конвергентные процессы сделали журналиста местной газеты менее зависимым от присутствия на рабочем месте в редакции, позволили передавать информацию с места события или из дома.

Журналисты отмечали также, что ритм работы стал крайне интенсивным это, в свою очередь, повлекло за собой более жесткие условия работы и дедлайны.

Интересными, но противоречивыми оказались ответы на вопрос о том, стал ли процесс создания журналистского текста более или менее творческим. Здесь голоса разделились примерно поровну, но при этом от 12 до 17% опрошенных отмечают, что процесс создания текста стал более вторичным, журналисты все реже становятся очевидцами событий, меньше общаются непосредственно с людьми. «Копипейст» – явление, при котором журналисты злоупотребляют перепечатками из Интернета, продолжает оставаться проблемой местных печатных изданий.

Итак, можно утверждать, что исследование зафиксировало явные изменения в профессии, которые еще предстоит более глубоко исследовать. В связи с конвергентными процессами, технологизацией производственного процесса работа журналиста меняется кардинально: повышается оперативность, увеличивается интенсивность труда, интерактивность связей с аудиторией, возможности взаимодействия с населением, общественным мнением при помощи социальных сетей, меняется характер работы журналистов с источниками информации, в числе которых все больший вес набирают интернет-источники. Главные редакторы исследуемых изданий также нередко отмечали среди

желаемых качеств технологическую продвинутость, мультимедийность своих сотрудников в ответах на открытый вопрос «Какими личностными и профессиональными качествами, на ваш взгляд, должен обладать сегодня журналист местной газеты?»:

«Прежде всего интересом к профессии, коммуникабельностью, обучаемостью, гражданской позицией, “мультимедийностью”, хотелось бы аполитичностью...».

Безусловно, новые информационные технологии, в том числе Интернет, стали неотъемлемой частью профессии журналиста. Интернет – самая «быстрая» среда коммуникации, когда-либо существовавшая, как с точки зрения ее роста, так и способности распространять информацию – сломал традиционные представления не только о способах передачи контента аудитории, но и об источниках и инструментах получения журналистами информации. Сами журналисты признают трансформацию своей профессии, расширение ее границ, что вызвано объективными факторами: кардинальным увеличением скорости передачи информации, беспрецедентным в истории увеличением объемов информации, появлением новых носителей информации, доступностью информации для максимально широкой аудитории и т.д. Цифровые технологии расширили инструментарий журналиста, снабдив его не только принципиально новыми возможностями поиска информации и неограниченным спектром источников информации, но и принципиально новыми инструментами для профессиональной коммуникации и интерактивного общения с аудиторией, а также более эффективными средствами для профессионального развития и самореализации.

Однако нельзя также не признать, что наряду с позитивными эффектами технологизации журналистского труда проявляются и отрицательные: наблюдается переизбыток клонированной, вторичной информации, сокращаются возможности творческой реализации журналистов. В условиях технологизации, интенсификации и универсализации труда журналиста в условиях экономических трудностей современных газет, при сокращении штатов и хроническом недостатке времени возникают негативные психологические явления, которые отмечали сотрудники редакций.

В итоге можно говорить о том, что в развитии местных газет в России достигнуты немалые успехи. Они стали более технически оснащенными, появились возможности использования цифровой техники, разнообразных компьютерных программ, расширяющих профессио-

нальные возможности редакций в формировании и презентации газетного контента, связей с аудиторией. Начали применяться современные технологии моделирования, улучшается дизайн, газеты чаще выходят в цвете. В газетах активно идут конвергентные процессы: создаются интернет-версии, готовятся и размещаются отдельные фрагменты контента в Интернете, на

других медийных платформах. В целом данное исследование показало, местные газеты ощущают востребованность населением своих городов, их журналисты готовы работать для удовлетворения информационных потребностей аудитории и содействовать развитию своих городов.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Вартанова, Е.Л. О необходимости модернизации концепций журналистики и СМИ // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 2012. – № 1. – С. 7–26.
2. Вартанова, Е.Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. – М.: МедиаМир, 2013.
3. Вартанова, Е.Л., Макеенко М.И., Вырковский А.В. Мультимедийные стратегии московских FM-радиостанций // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 2011. – № 6. – С. 6–32.
4. Вартанова, Е.Л., Смирнова О.В. Цифровое неравенство и терроризм // Журналистика и СМИ против террора. – М.: МедиаМир, 2009.
5. Касютин, В.Л. Российская местная пресса: воздействие финансово-экономического кризиса // Медиаскоп [электронный научный журнал]. – 2011. – Вып. 1. – URL: <http://www.mediascope.ru/?q=taxonomy/term/304&page=1>
6. Муниципальная пресса, реформа местного самоуправления и национальные проекты / отв. ред. С.Г. Колесник, В.Л. Касютин. – М.: Хроникер, 2006.
7. Свитич, Л.Г. Влияние процессов медиаконвергенции на характер журналистского труда (по результатам социологического исследования «Газеты средних и малых городов России в 2010-х гг.») // Акценты: новое в журналистике и литературе. – 2014. – Вып. 5–6 (124–125). – С. 19–25.
8. Свитич, Л.Г., Смирнова, О.В., Вырковский, А.В. Экономическое положение редакций (по результатам опроса редакторов и журналистов газет средних и малых городов России) // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 2015. – № 3. – С. 46–65.
9. Свитич, Л.Г., Смирнова, О.В., Ширяева, А.А., Шкондин, М.В. Газеты средних и малых городов России. Социологическое исследование: опрос редакторов и журналистов. – М.: Ф-т журн. МГУ, 2015.
10. Свитич, Л.Г., Смирнова, О.В., Ширяева, А.А., Шкондин, М.В. Газеты средних и малых городов России в 2010-х гг. // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 2014. – № 5. – С. 3–25; № 6. – С. 52–73.
11. Свитич, Л.Г., Смирнова, О.В., Ширяева, А.А., Шкондин, М.В. Городская газета как фактор общественного диалога в социуме (по итогам социологического исследования в газетах малых и средних городов Российской Федерации) // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). – 2014. – № 5. – С. 149–156.
12. Свитич, Л.Г., Смирнова, О.В., Ширяева, А.А., Шкондин, М.В. Жанры публикаций в городской газете (по итогам контент-аналитического исследования газет средних и малых городов) // Вестн. Волжского ун-та им. В.Н. Татищева. – 2015. – № 4 (9).
13. Свитич, Л.Г., Смирнова, О.В., Шкондин, М.В. Информационный потенциал общества и медиаресурсы городских газет (по итогам контент-аналитического исследования газет средних и малых городов) // Вестн. Волжского ун-та им. В.Н. Татищева. – 2016. – Т. 1. – № 1. – С. 183–193.
14. Свитич, Л.Г., Смирнова, О.В., Ширяева, А.А., Шкондин, М.В. Коммуникативные характеристики контента городских газет (по результатам контент-анализа) // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 2016. – № 1. – С. 3–27.
15. Свитич, Л.Г., Смирнова, О.В., Ширяева, А.А., Шкондин, М.В. Содержательно-тематическая структура городских газет (контент-аналитическое исследование) // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 2015. – № 6. – С. 64–91.
16. Смирнова, О.В. Стратегия печатных медиа в эпоху цифровых технологий // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 2013. – № 6. – С. 26–38.

УДК: 364.14
ББК: 76.02

Фролова Т.И.

ЛУЧШИЕ ПРАКТИКИ В СОЦИАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ: СОДЕРЖАНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ОТКРЫТИЙ

Frolova T.I.

SOCIAL JOURNALISM BEST PRACTICE: CONTENT AND PROSPECTS OF PROFESSIONAL BREAKTHROUGHS

Ключевые слова: лучшие практики, журналистика, социальная журналистика, гуманитарная повестка СМИ, профессиональные открытия, персонифицированная журналистика.

Keywords: best practice, journalism, social journalism, humanitarian media agenda, professional breakthroughs, personalized journalism.

Аннотация: в статье ставится вопрос о необходимости изучения лучших практик в современной журналистике. На примере социальной журналистики, где сегодня сосредоточены наиболее интересные примеры новых творческих подходов, автор рассматривает конкретные практики и проекты, которые оцениваются как профессиональные открытия. Наиболее эффективным методом продвижения лучших практик автор считает развитие специализированных вузовских программ и курсов.

Abstract: this article raises the question of necessity of modern journalism's best practices study. Using the example of social journalism, where the most interesting of new creative approaches are concentrated nowadays, the author examines the specific practices and projects, which are evaluated as professional discovery. Development of specialized high school programs and courses is considered the most effective way of best practice cases promotion.

Нужны ли журналистике «лучшие практики»: постановка проблемы

Замысел данной статьи возник под влиянием ряда факторов, сочетание которых достаточно противоречиво. С одной стороны, в различных областях общественной практики, а также в научно-исследовательских проектах укрепилось понятие «лучших практик» (best practices, smart practices) – это уникальный успешный практический опыт, оптимальный способ достижения цели. Принято считать, что впервые понятие сформулировано основоположником научной организации труда и менеджмента Ф. Тейлором в 1914 г., однако онтологически лучшие практики, естественно, существовали с начальных моментов общественного разделения труда. В литературе по менеджменту английский термин часто переводится на русский язык как передовой опыт – хорошо знакомое нам понятие. Согласно идее лучшей практики, этот способ, оказавшийся эффективным в одном месте, может оказаться столь же эффективным и в другом, для чего он должен быть установлен, описан и формализован для эффективного использования¹. Понятие лучших

практик может быть использовано в журналистике и медиакommunikациях в самых различных сегментах их функционирования, включая творческую журналистскую работу.

С другой стороны, господствующие в массмедийной сфере тенденции – разные типы медиакультур и медиапотребления, новое разделение труда в СМИ, неоднородность медийного ландшафта и т.д.² – с их властью унифицированных технологий ставят под сомнение будущее персонифицированной журналистики, журналистики имен. В некоторых прогнозах (форсайт-проекты стремительно набирают обороты) неутешительные перспективы распространяются и на саму журналистику, на ее существование в традиционных авторских формах. Так следует ли выделять лучшие практики в журналистике? Делать попытку понять смысл и значение профессиональных открытий в современной российской журналистике?

Наш ответ – да, следует. Вся история отечественной журналистики – это история ярких имен. Понять ее национальные особенности,

Основа менеджмента: Пер. с англ. – М.: Дело, 1998.

² Вартанова Е.Л. Теория журналистики в непростые времена перемен; Так что же особенного в профессии журналиста?; Запрос российского общества на качественную отечественную журналистику вырос. – URL: http://www.journ.msu.ru/blog/blog_vartanovoy/.

¹ The One Best Way: Frederick Winslow Taylor and the Enigma of Efficiency, R. Kanigel, Viking, New York, 1997; Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф.

описываемые исследователями как человековедческие приоритеты, эстетизация труда, конструктивное рассмотрение проблемных ситуаций, аналитическая традиция, коллективистское начало, жанровое разнообразие, приоритет духовных ценностей¹, невозможно без опоры на яркие, глубоко оригинальные тексты авторов. И это характерно для всех этапов отечественной журналистики. Е.Л. Вартанова справедливо отмечает, что «в России журналистика всегда признавалась творческой профессией. Десятилетия и даже столетия ее невозможно было свести к набору профессиональных рутин и зафиксированных приемов, которые должны были быть освоены всем и каждым... Российские медиа в начале 2000-х испытали острую потребность в возвращении к качественной профессиональной журналистике, созданной согласно канонам творчества»². В известной мере формализация (как того требует логика распространения лучших практик) творческого труда ограничена, однако поиск, описание и анализ лучших достижений означают, что общество вновь открыто для понимания высоких общественных смыслов, которые несет в себе по-настоящему профессиональная журналистика. Общественное благо, к которому так часто апеллируют в горячих дискуссиях последних лет³ остается миссией современных СМИ, несмотря на их индустриальный характер.

В данной статье внимание сконцентрировано на социальной журналистике – области профессиональной деятельности, производящей гуманитарную повестку. В 1990-е гг. пережившая упадок, переосмыслившая себя и окрепшая в последнее десятилетие, социальная журналистика в научных исследованиях⁴ позициониру-

ется как профессиональная сфера, утверждающая в информационном пространстве приоритеты человеческого развития. Именно человек с его знаниями и умениями становится главной движущей силой в развитии всего мира. Объективно развитие человеческого потенциала выходит на передний план, опережая другие приоритеты. Именно здесь, в разработке современной гуманитарной повестки, сейчас работают интересные журналисты, здесь открываются новые проекты. Например, девиз одного из них, сайта «Такие дела», гласит: «Мы вернем в журналистику человека»⁵.

Цель нашего поиска – выявление лучших практик и их характеристика с общих позиций цели и смысла на основе обращения к текстам. Такой подход – филологический, скорее качественный, чем популярные сегодня количественные подсчеты – представляется уместным в данном случае. Длительное наблюдение и чтение больших текстовых массивов позволили выделить отдельные издания и отдельных авторов, чьи профессиональные открытия представляются нам достойными внимания. Некоторые журналисты уже не работают в этих изданиях, кто-то предпочел литературное творчество, однако их достижения по-прежнему рассматриваются аудиторией как образцы качественной журналистики и могут считаться лучшими практиками последнего десятилетия. Объект внимания – современная практика российских СМИ, преимущественно печатных (при этом доступ непосредственно к текстам и некоторым другим данным осуществлялся через обращение к сайтам изданий) в форме целостных медиаконцепций и совокупного продукта творчества авторов. Критерием отнесения их к передовому опыту послужила обобщенная оценка творчества, рассматриваемая как профессиональное открытие. Исследование проводилось в 2013–2015 гг. В данной статье мы не углубляемся в детальный анализ; наша задача – выявление и «диагностирование» открытия. В дальнейшем, мы уверены, может быть осуществлено глубокое и подробное исследование этих практик, в совокупности составивших творческий портрет российской журналистики нового поколения.

Профессиональные открытия наших

в алгоритмах телевизионной журналистики. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2009; Дзялошинский И.М. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям. – М.: Престиж, 2006; Журналистика социальной сферы / Под ред. В.И. Новикова, И.В. Старостенкова. – М.: Изд-во РГСУ, 2008; Фролова Т.И. Человек и его мир в информационной повестке дня. – М.: АСИ, 2009.

⁵ URL: <http://takiedela.ru/>

¹ Корконосенко С.Г. Теория журналистики: моделирование и применение. – М.: Логос, 2010. – С. 151–158; Мансурова В.Д. Журналистская картина мира как фактор социальной детерминации. – Барнаул: Изд-во Алтайского ун-та, 2002. – С. 146–154.

² Вартанова Е.Л. Креативные индустрии. – URL: http://www.journ.msu.ru/blog/blog_vartanovoy/

³ Вартанова Е.Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. – М.: МедиаМир, 2013; Дзялошинский И. М. Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов. – М.: Изд-во АПК и ППРО, 2013; Журналистика. Общество. Ценности / Ред.-сост. В.А. Сидоров. – СПб.: Петрополис, 2012; Иваницкий В.Л. Модернизация журналистики: методологический этюд. – М.: Изд-во МГУ, 2010; Массмедиа и ценностные отношения общества / Под ред. Г.В. Лазутиной. – М.: МедиаМир, 2013; Социальная журналистика: профессия и позиция / Под ред. Т.И. Фроловой. – М.: АСИ, 2005.

⁴ Бережная М.А. Проблемы социальной сферы

дней: анализ опыта

В стремлении обнаружить лучшие практики наших дней мы опирались на культурные основания современной социальной журналистики, сложившиеся в более ранние исторические периоды. Преимущество в стремлении к общественному благу характерно для русской культуры и общественного сознания, весомой частью которых, безусловно, является и журналистика. Человечность лежала в основе всех русских социальных течений XIX в., утверждает Н. А. Бердяев¹.

Культурная традиция как основа открытий. Так, дореволюционной демократической журналистикой была выработана идея общественного служения. Середина века отмечена расцветом жанра *очерка*, который открыл русскому читателю неизвестное ранее человеческое пространство: жизнь среднего и низшего сословий общества, мимо чего зачастую проходила большая литература. «Физиологический очерк» демократизировал тематику русской литературы; для него была характерна скрупулезность анализа явлений, точность и широта охвата ее специфических сторон. Очерк стал социально-злободневным и общественно-филантропическим, с русскими «проклятыми вопросами», с сочувствием «маленькому человеку». Эта публицистическая форма оказала влияние на все последующее развитие русской культуры: во всех случаях, когда требовалось раздвинуть горизонты социального видения, приковать внимание к новым вопросам, на первый план выходил очерк с его стремлением быть верным правде жизни и общественной честности. «Человековедение» как характерная черта отечественной журналистики, выросла именно из очерка и в особенности из «физиологического очерка» 40–50-х гг.² В России сформировался особый тип *социального журнала*, в котором присутствовали «зерна» всех современных представлений о социальных отношениях. Многочисленные социальные проблемы: почему не удается победить бедность? как пополнить приток средств для призрения? нужен ли закон о принудительном труде? как помочь детям? как воспитать полноценную личность в семье? как вернуть обществу оступившегося человека? какова судьба и долг русской интеллигенции? – находили живейший отклик в русском обществе. Идея нравственного долга помощи бедным ни-

когда не ослабевала в культурной среде. Тогда же обсуждались такие подходы, которые и сегодня не утратили своей актуальности. Используя современную терминологию, можно описать эти тематические акценты как идею социальной реабилитации через приобщение к труду, роль местного сообщества, адресность помощи, «детские деревни», структуру донорства, управление пожертвованиями.

Плеяда ярких публицистов, которых можно рассматривать как предшественников современной социальной журналистики, определяла лицо прессы последней трети XIX в.: Г.И. Успенский (циклы очерков «Нравы Растеряевой улицы», «Из деревенского дневника»); Н.В. Успенский («Очерки народного быта», «Уездные нравы»); В.Г. Короленко (серии зарубежных и судебных очерков); В.А. Гиляровский (сборники очерков «Трущобные люди», «Москва и москвичи»); В.М. Дорошевич (острокритические фельетоны и памфлеты на злобу дня)³. В отечественной практике *репортаж* изначально стал самым демократичным жанром: город и его жители, события и происшествия местного значения составляли главную сферу интереса репортера. У истоков жанра репортажа в России стояли талантливые писатели, которые установили высочайшие стандарты жанра. Первым следует упомянуть признанного «короля» социального репортажа В.А. Гиляровского. Жанр репортажа никогда не терял своей актуальности, составляя *особость* отечественной журналистики. Советское время и советская журналистика, вопреки господствующей идеологии, сформировали и оставили в культуре и сознании общества немало ценных начал.

Не обойти вниманием и советский период. Советское время и советская журналистика, вопреки господствующей идеологии, сформировали и оставили в культуре и сознании общества немало ценных начал. Эгалитарность как политико-экономический принцип подвергается критике в современных исследованиях («уравниловка»), но в повседневной жизни получили развитие многие важные для формирования гражданского общества черты – социальная защищенность, взаимоуважение, личная честность, достоинство и труд простого человека, справедливость, товарищеская ответственность, взаимовыручка и солидарность, искренность и дружеское бескорыстие в межличностных отношениях. Лишь недавно российское общество

¹ Бердяев Н.А. Русская идея: основные проблемы русской мысли XIX и начала XX века. – СПб.: Азбука-классика, 2008.

² Русский очерк. 40–50 годы XIX века / Под ред. В.И. Кулешова. – М.: Изд-во МГУ, 1986. – С. 5–18.

³ Есин Б.И. Репортажи В.А. Гиляровского. – М.: Изд-во МГУ, 1985; Соколова В.Ф. Народознание и русская литература XIX века. – М.: Едиториал УРСС, 2009.

стало осознавать распад прежней социальности не только как исторически обоснованную смену укладов, но и как утрату – и прежде всего утрату многих гуманитарных ценностей, тяжело переживаемую обществом. Потребительские ценности и открывшиеся личные возможности не покрывают горечь утраты дружественности, справедливости, защищенности, обильно представленными публикациями в прессе того времени. Именно это время стало периодом заметного роста журналистского мастерства. Технологические особенности были ориентированы на раскрытие творческого многообразия социальной журналистики, которые и сегодня не утратили своей ценности. Разнообразие источников, форм и методов работы, жанров продемонстрировали такие журналисты, как М. Кольцов, А. Аграновский, Т. Тэсс, позже И. Руденко, В. Песков, Е. Богат, А. Рубинов и многие другие.

Вернемся к практике нашего времени. Вторым: анализ этого опыта важен, потому что в творчестве журналистов, получивших известность и признание не только в профессиональной, но и в читательской среде, произошло опережающее общий уровень открытие, понимание и утверждение закономерностей, сущностных черт современной журналистики. Анализируемый контент представлен творчеством журналистов разных изданий, среди которых «Русский репортёр», «Новая газета», «Российская газета», «Коммерсантъ», «Коммерсантъ-Власть», «Огонек», «Ведомости», в приоритетных жанрах социального репортажа, социального расследования, житейской истории, просветительской и проблемной статьи. Как видим, идеологически они представляют разные, порой противоположные фланги российской журналистики, однако в данном случае важнее то, что их объединяет – стремление сохранить принципы «высокой» качественной журналистики, что оказалось значительнее, чем политические разногласия.

Открытие повседневности. Журнал «Русский репортер» – проект, который, по словам его главного редактора В. Лейбина, был задуман как общенациональное пророссийское издание, ориентированное на полное и объемное освещение социальных интересов уникального, по мировым меркам, нового поколения активных свободных людей среднего класса. Креативное воплощение замысла журналисты издания осуществляют в новых выразительных концептах и форматах, чтобы не скрывать за «глянцевым и казенным фасадом жизни»¹ самые

наболевшие проблемы людей разных социальных групп, – без снобизма и высокомерия, с позиций социального оптимизма интерпретируя жизнь во всех ее проявлениях. «Позитивная составляющая» – стержневая основа любого текста «РР», даже критического, – служит читателю вектором, ориентирующим на положительное решение проблем, на интеграцию необходимых усилий для выхода из непростых жизненных ситуаций. Команда журналистов издания отражает жизнь в репортажах посредством актуализации тех российских проблем, которые большинству людей неизвестны в деталях. Выбор темы, обобщения и выводы ориентированы именно на эту главную задачу. Тексты «РР» – это не просто чтение, а некий инструмент познания окружающей действительности, часть самоидентификации, социальный маркер, который становится источником понимания того, как вообще следует жить, как нужно действовать².

Большой исследовательский репортаж стал ключевым жанром номера журнала. Репортаж как жанр журналистики за последние годы значительно изменился: в новых условиях его информирующий компонент постепенно уступает место полновесному аналитическому. Драматургия репортажа сегодня начинается с проблемы, которую обсуждают в масштабе страны. Полифония голосов отражает точки зрения представителей социальных слоев, диалог граждан, а не унылые препирательства «власти» и «народа». Репортажи «РР» отличает безошибочный выбор сенсационной (вследствие ее новизны) фактуры, эпизодов, деталей вместе с осмысленной, сбалансированной авторской композицией, отвечающей внутренней логике событий и ходу авторской мысли³. Такие материалы открывают жизнь, поднимают статус повседневности, привлекают внимание, пробуждают интерес или сочувствие к тому, что происходит здесь и сейчас. «Мелочи жизни» из незаметных, потаенных сфер социального пространства перекочевывают в умы равнодушных членов общества и становятся эксклюзивными темами для публичного обсуждения.

Дмитрий Соколов-Митрич, идеолог нового репортажа, сегодня не работает в журнале, однако его опыт одного из лучших репортеров

ew=article&id=198:-12-2011&catid=73:2012-02-01-05-06-51&Itemid=34.

² Мароховская А. Соколов-Митрич: «Нужно выходить на поле и всегда что-то доказывать окружающим». – URL: <http://refotema.ru/new/interviu-s-sokolovymnitrichem/>

³ Лонская А. Репортаж. От идеи до гонорара. – М.: Аспект Пресс, 2015.

¹ Александрова Т. Виталий Лейбин: «Научиться не вещать, а узнавать и понимать». – URL: http://www.jourmedia.ru/index.php?option=com_content&vi

России, следует выделить в первую очередь. Его творческое кредо: журналистика и репортаж - «краткое содержание эпохи»¹. Как автор репортажа², Д. Соколов-Митрич меняет роль наблюдателя на роль первооткрывателя новых явлений и процессов, новых жизненных реалий. Уникальность прогностического видения репортера – в обнаружении никем не замеченной сути нового явления. Свою исследовательскую задачу он решает с особой точностью и считает выполненной, если удастся сформулировать или, по крайней мере, обозначить эту суть. Героями репортажа становятся разные люди из окружающей жизни, способные интегрировать личные усилия для перемены в собственной жизни и судьбе страны. Определяя задачи репортера в современной журналистике, Д. Соколов-Митрич приоритетной считает задачу правильного выбора темы и работу над ней: «гонка» за эксклюзивом бесперспективна: наличие сенсационной фактуры не может заменить качественной трактовки событий, смелого и удачного композиционного решения, сильного, сквозного образа. Личную эволюцию репортерских интересов Д. Соколов-Митрич видит в уходе от простого и яркого к неявному и сложному, к тому, что лежит не на поверхности.

Марина Ахмедова – специальный корреспондент журнала; разрабатывает социальные темы, используя метод включенного наблюдения – вместе со своими героями она избирательно проживает жизни учителей, продавцов, проституток, наркозависимых, туберкулёзников и террористок-смертниц³. Работая «в поле», полностью растворяется в ситуациях или героях, людях из групп риска. Это бездомные, наркозависимые, алкоголики и другие представители «дна общества». Эти

истории – будничная реальность общества, их нельзя замалчивать, потому что они скорее тенденция, чем нечто экстраординарное. Обязанность журналистов – предупреждать естественную агрессию читателей как реакцию на неприятную правду, на нежелание знать о бедности, болезнях, наркомании, жестокости и смерти⁴. В основе репортерского творчества М. Ахмедовой лежит ряд обязательных авторских приемов, главные из которых: сверхидея (одно предложение или весь текст, отражающие свежесть, небанальность выбранной темы), полное отсутствие вымысла (он совершенно неприемлем, герои должны быть показаны такими, каковы они в жизни), провокационные вопросы (герой должен раскрыться), обилие прямой речи (обогащает текст и лучше характеризует героев), детали (каждая говорит о неповторимом моменте), эмоции (авторское погружение в описываемую ситуацию).

Шура Буртин, завершив свою работу в журнале, остается одним из самых ярких его авторов. Он пишет о людях, которые представляют для него загадку, они не подчиняются жизненным обстоятельствам, а борются за личное право на презумпцию справедливости даже с риском для жизни. Ш. Буртин, приумножая репортерские традиции «РР», берется за очень непростые темы, часто связанные с конфликтами на национальной почве или с преступлениями в полиции⁵. Свою профессиональную миссию видит в том, чтобы реально отражать действительность, показывать правду так, чтобы «люди интегрировали эту правду в свою жизнь»⁶. Воссоздание повседневности, столь актуальное в современной науке и культуре, оказывается действенным инструментом решения авторских задач.

За десятилетие работы в журнале «Русский репортер» сложилась своя репортерская школа с устоявшимися традициями и собственным творческим лицом. Кроме названных, в команде репортеров успешно работали и работают О. Андреева, О. Тимофеева, Ю. Вишневецкая,

¹ Соколов-Митрич Д. Реальный репортёр. Почему нас этому не учат на журфаке?! – СПб.: Питер, 2014.

² Соколов-Митрич Д. Спасти рядового Бондарева // Известия. – 2003. – 20 фев.; Мужик работает // РР. – 2013. – № 47 (325); Бабушка-процентщица // Известия. – 2009. – 27 марта; Заборобой // РР. – 2013. – № 48 (326); Мужики летят на биеннале // РР. – 2008. – № 7 (37); Журналист не меняет профессию // РР. – 2011. – № 44 (222); «Саратов должен быть разрушен» получил Национальную премию «Искра» в номинации «Самая скандальная публикация» 2010 г. – URL: <http://www.rusrep.ru/2010/20/gorod/2>.

³ Ахмедова М. Крокодил // РР. – 2012. – № 29 (258); Смертницы // РР. – 2013. – № 48 (326); Пельмень патриотизма // РР. – 2013. – № 14 (292); Люди, звери // РР. – 2013. – № 48 (326); Сашка // РР. – 2012. – 21 дек.; Последний путь: заключение // РР. – 2012. – 12 дек.; Шедевр. – М.: АСТ, 2013; Добрые люди Брюсселя. Изменились ли бельгийцы после терактов // РР. – 2016. – 14 апр.

⁴ Бондарева К. Марина Ахмедова, спецкор «Русского репортёра»: Как написать психологический портрет героя. – URL: <http://www.redactor.in.ua/personas/4532.html>

⁵ Буртин Ш. Сто часов в аду // РР. – 2011. – № 37 (215); Вайнахская вендетта // РР. – 2010. – № 7 (135); Битва неверных // РР. – 2011. – № 14 (192); Жизнь без паранджи // РР. – 2014. – № 10 (338); Извините, что пытали // РР. – 2012. – № 25 (254); Четверть следователя // РР. – 2012. – № 36 (265); Разрешать нельзя запрещать // РР. – 2013. – № 32 (310).

⁶ Джгаркава Н. Шура Буртин: «Писать так, чтобы люди интегрировали правду в свою жизнь». – URL: <http://lenta.hsemedia.ru/author/ninodzhgarkava/>.

И. Найденов, Д. Данилова, Ю. Гутова и др. Они развивают традиции репортажа нового поколения, квинтэссенцию требований к которому составляют злободневность темы, выразительная форма подачи, композиционная оригинальность и стройность, мастерство детали, уникальная авторская стилистика текста. Статус репортера в журнале растет благодаря ответственной роли издания как социального навигатора в условиях постоянно меняющейся действительности.

Поиск нравственно-психологических ориентиров. Практики, в которых акцент переносится на моральную сторону действий, в наше время ценностного разбалансированности, важны в особенности. В ситуациях, которые нередко описываются социальной журналистикой, не часто анализируются их глубинные причины. Речь о ценностном кризисе, приводящем общество в состояние психологической дезориентации и нравственной опустошенности. Рассмотрение этих проблем по существу требует особых подходов, высокопрофессиональной тонкой работы, профессиональных знаний в гуманитарных науках, личной нравственно-этической позиции. Творческая биография «Новой газеты» тесно связана с бурной эпохой государственных преобразований за последние двадцать лет. Переживая периоды разного рода идейных разногласий, многочисленные человеческие и финансовые потери, «Новая» утверждала свою коллективную общественную позицию без компромиссов. «Мы хотели быть суверенными» – таково мнение Дмитрия Муратова, главного редактора «Новой»¹. Далеко не всегда газете это удавалось. Однако, выделяя далее авторов «Новой газеты» в указанном направлении, мы подчеркиваем их свободу от политических пристрастий и верность сложной, требующей личного мужества проблематике.

Галина Мурсалиева – «профи с железной репутацией», «полномочный представитель» газеты в благотворительных фондах и «полпред» благотворительных фондов в редакции, «доверенное лицо» всех известных психологов в России². Г. Мурсалиева считает своим профессиональным и гражданским долгом привлекать внимание общества к кризису не только политическому и экономическому, но и – что не менее важно – психологическому. Обсуждать на страницах издания кризис смысла и ценностей жизни, говорить о том, что до сих пор не принято и не принято, делать это та-

лангливо и ярко – ее главная задача. Самая страшная утрата для человека – утрата ясной, определенной картины мира, норм жизни. Потерю ясных ориентиров, понимания того, ради чего и как жить в обществе, для многих сменил вакуум, который в одночасье заполнился восточными гороскопами, диагностикой кармы или старыми житейскими языческими суевериями. Журналистка неутомимо исследует переходное сознание общества: почему мы поем с чужого голоса и как обретаем собственный, как теряем своих близких и себя, как обретаем их и себя заново³. Темы материалов Г. Мурсалиевой актуальны и представляют несколько тематических групп: о доступности обезболивающих лекарств для онкобольных; об антигуманных и прогностических законах; о человеческом подвиге; о людях, поддерживающих благотворительные фонды и знаковых календарных датах. Особое место в этом списке занимают материалы о жизни больных детей в окружении здоровых взрослых. Г. Мурсалиева постоянно участвует в работе благотворительного фонда «Подари жизнь» как человек, обладающий, по словам Юрия Роста, «редким талантом нежности и участия». Ее дар требует больших душевных затрат, но в сочетании с высоким мастерством дает поразительные по пронзительности результаты: нуждающиеся дети получают жилье, до пострадавших доходят денежные госкомпенсации, а главной из своих профессиональных наград Г. Мурсалиева называет отмену нескольких несправедливых судебных решений⁴.

Елена Костюченко, специальный корреспондент «Новой газеты», специализируется на социальных репортажах и журналистских расследованиях. Идеальным объектом для ее социальных репортажей становятся темы-лакуны – те, что скрыты от глаза обывателя или неочевидны. Например, жизнь закрытых сообществ: трассовых проституток, дезоморфиновых наркоманов, беженцев, социальных сирот⁵. В основу социального репортажа Е. Костюченко

³ Мурсалиева Г. Междуцарствие в головах: новейшая история российского сознания. – М.: Смысл, 2006.

⁴ Мурсалиева Г. Скорая на расправу помощь // Нов. газ. – 2013. – 24 окт.; Следствие ведет Минздрав // Нов. газ. – 2013. – 25 фев.; Правительство не лечится // Нов. газ. – 2014. – 24 марта; Реформа без объявления войны // Нов. газ. – 2013. – 3 июля; Прошу никого не винить, кроме Минздрава и правительства // Нов. газ. – 2014. – 14 фев.; Девочка, люди и чудовище // Нов. газ. – 2012. – 7 сент.

⁵ Костюченко Е. От рассвета до рассвета // Нов. газ. – 2012. – 4 янв.; Гаишник пьет только по выходным // Нов. газ. – 2010. – 16 июля; Жизнь «гнезда» // Нов. газ. – 2012. – 16 апр.

¹ История русских медиа 1989–2011. Версия «Афиши». – М.: Компания Афиша, 2011. – С. 84–86.

² Красота, которая выручает мир, – это Галина Мурсалиева, обозреватель «Новой». – URL: <http://www.novayagazeta.ru/society/53485.html>

часто ложится не освещенная никем тема, которая, по ее мнению, всегда гораздо лучше популярной, однако для социального репортера, ориентированного не на события, а всегда на людей и сообщества, определяющее значение имеет коммуникация, психологическое сотрудничество с героями. По мнению Е. Костюченко, цель новой социальной журналистики заключается в том, чтобы дать право голоса каждому члену общества вне зависимости от его социального статуса: политику-революционеру, беженке, торгующей овощами на рынке, глухой актрисе, деревенской сумасшедшей, ВИЧ-инфицированной грузице, сидящей на «крокодиле». Героев репортажей выбирает сама жизнь. Показать определенный срез, аспект живой жизни таким, как в действительности, – особое искусство Е. Костюченко, которое проявляется и в рассказе об одном человеке, но чаще всего героев в ее текстах несколько. Сборник репортажей Е. Костюченко на социальные темы, главным героем которого стала поголовная, всепоглощающая российская аномия, вышел под названием «Условно ненужные»¹. Мораль автора просматривается в мысли, что процессу социальной диссоциации можно попробовать противопоставить хоть какие-то силы, например, некоторых ранее закрытых сообществ, которые все чаще выходят из своей параллельной среды для диалога с государством. Последнее к диалогу совершенно не готово, отмечает автор, и вопрос в том, насколько люди будут настаивать на этом диалоге.

Журналист должен уметь справляться с этическими вызовами, быстро принимать решение. Журналистские расследования Е. Костюченко – еще одно яркое свидетельство ее репортерского таланта. Три года журналистка ведет куцеевские хроники². Эти истории не столько о преступлениях, требующих наказания, возмездия и т.д., сколько о покалеченном сознании, о том, как повседневное поведение, система ценностей деформируются, искажаются в условиях власти криминала.

Поддержка просветительства и благотворительности. Еще одно профессио-

нальное открытие нашего времени (впрочем, имеющее сильную традицию в национальном культуре, но отчасти утраченную в постпереходную эпоху) – осознание потребности в оказании помощи и поддержки социальным инициативам, просвещении и образовании аудитории по поводу новых норм общественного поведения. Необходимость таких действий и их значимость вызвана многими факторами, и прежде всего нараставшей все постсоветское время дезорганизацией социальных институтов, замедленным темпом осознания новых реалий, необходимостью вырабатывать другие ценностные и поведенческие нормы. Патерналистская модель социальной политики уходит в прошлое; аудитории нужны образцы повседневных действий с опорой на собственные силы, с потребностью помогать тем, кто в этом нуждается. Такая индивидуальная социальная ответственность только вырабатывается в общественном сознании, и журналистика может и должна принять в этом участие.

Татьяна Батенёва - автор рубрики «Медицина с Татьяной Батенёвой» в «Российской газете»; ею выработаны стандарты просветительских подходов, свидетельствующие о глубоко понимании освещаемой проблематики и владении внятыми смысловыми ориентирами³. Журналистка затрагивает преимущественно сферу отечественной системы здравоохранения и культуры здоровья как ценности человеческой жизни. Их особая значимость для читателя состоит в отражении ситуации, выявляющей взаимосвязи между ожидаемыми свойствами явления, события, артефакта и реальными жизненными проблемами – в превентивности информации, которую членам общества следует осмыслить. Наиболее популярные темы – причины и последствия нарушений здорового образа жизни, профилактика распространенных заболеваний современного человека, нанотехнологии в сфере медицинских услуг, практика исполнения медицинских законов в России и за рубежом. Именно Т. Батенёвой удалось найти приемы привлечения внимания широкой аудитории к здоровью, обратить ее внимание на культуру здоровья, находившуюся на достаточно низком уровне. В це-

¹ Костюченко Е. Условно ненужные. – М.: Common place, 2014.

² Костюченко Е. Мистер Миллион // Нов. газ. – 2012. – 5 дек.; Как они стали властью, или Чего нет в уголовном деле банды Цапка // Нов. газ. – 2012. – 28 нояб.; Гуров против «Гурмана» // Нов. газ. – 2012. – 1 июля; Передел беспредела // Нов. газ. – 2012. – 6 июня; 10 тысяч с небольшим рублей за одну жизнь – это преискуронт государства // Нов. газ. – 2012. – 4 июня; Смерть Цапка // Нов. газ. – 2014. – 7 июля.

³ Ранее Т. Батенёва вела тематическую полосу «Здравпункт» в «Известиях». За публикации о проблемах и открытиях в области медицины Т.А. Батенёва награждена медалью ордена «За заслуги перед отечеством» 2-ой степени, премией фармацевтического сообщества «Платиновая унция» и многочисленными премиями журналистских конкурсов. Выпустила шесть книг.

лом тексты этого автора¹ успешно отражают ситуации появления или освоения в обществе артефактов из сферы медицины. Их отличает высокий уровень просветительских стандартов и точность отражения целевых установок при обращении к данной предметной области.

Валерий Панюшкин – автор «Ведомостей» и спецкор Русфонда, занимается сбором благотворительных пожертвований для тяжелобольных детей. Работа в рамках Российского фонда помощи открыла новую творческую грань его таланта – не только оперативно откликаться на отчаянные письма в «Коммерсантъ», но и побуждать адресатов делового издания к немедленному реагированию (мы «просто помогаем вам помогать»). В своих материалах В. Панюшкин ставит акцент на конкретных случаях детской беды, на несовершенном законодательстве, на бездеятельности и алчности корыстных чиновников, на конкретных способах разорвать порочный круг людского равнодушия. Тональность текстов В. Панюшкина подкупает безошибочностью проникновения в самые потаенные уголки человеческого сознания и человеческой совести². Обращаясь к аудитории крупного делового издания, он, например, пишет о том, что благотворительность – это не просто жертвование. Это

жертвование сознательное «денег или каких-нибудь других материальных благ ради приобретения... Глупо думать, будто благотворитель ничего не приобретает. Если благотворитель религиозен, он приобретает бессмертие. Если сентиментален и не может без содрогания смотреть на сирот в обносках, то, подарив одежду детскому дому, приобретает комфорт. Компания, жертвующая на благотворительность, приобретает хорошую репутацию. Человек, оснастивший больницу или школу, чувствует себя умнее и ответственнее государства, т.е. приобретает самоуважение. В конце концов, даже человек, пожертвовавший две копейки непонятно на что, – и тот приобретает ощущение, что он не нищий. Одним словом, благотворительные фонды – это такие компании, которые продают людям возможность чувствовать себя хорошими людьми. Дети лечатся, старики обихаживаются, школы строятся, и киты спасаются – в качестве побочного эффекта от этой торговли хорошим самоощущением. И это прекрасно. Резюмируем: торговля хорошим самоощущением. Продажа высокой самооценки за деньги»³. Такие тексты – редкость в журналистике, но они очень нужны. Личный опыт блогерства журналиста свидетельствует о том, что сегодня медиаплощадки Интернета могут быть использованы значительно лучше и интереснее, чем прежде⁴. Обнадёживает, что профессионально сделанные дневники, преследующие общечеловеческие конструктивные цели, востребованы аудиторией и значимо отделимы от бессмысленных. Считает социальную журналистику безнадежным занятием и, тем не менее, занимается ею как наиболее благородным видом человеческой деятельности.

Ольга Алленова – специальный корреспондент издательского дома «Коммерсантъ». Пишет о детях-сиротах и программах борьбы с сиротством, о вопросах попечительства в социальной сфере, о волонтерах, о работе над изменениями в нормативно-правовых актах, регулирующих жизнь детских домов и интернатов⁵.

¹ Батенева Т. Американцы хотят знать, что едят // Рос. газ. – 2014. – 3 марта; Россияне питаются как мексиканцы // Рос. газ. – 2014. – 22 янв.; Скандинавы диктуют моду на здоровое питание // Рос. газ. – 2013. – 11 июня; В России европейская кухня самая популярная // Рос. газ. – 2013. – 16 сент.; Работа не волк // Рос. газ. – 2014. – 29 июля; Росстат заглянул в кастрюли // Рос. газ. – 2014. – 29 июля; Кондиционер раздора // Рос. газ. – 2014. – 22 июля; Задачи станут еще интереснее // Рос. газ. – 2013. – 20 июня; Профессор Сергей Бойцов: «Диспансеризация – это всерьез и надолго» // Рос. газ. – 2014. – 18 фев.; Хирургия скучать не даст // Рос. газ. – 2014. – 3 июня.

² Панюшкин В. Дитя огня. – URL: <http://www.rusfond.ru/actions/115>; Держись, Джанета! – URL: <http://www.svoboda.org/content/article/24464759.html>; Дети в мешках. – URL: <http://www.svoboda.org/content/article/24415984.html>; Холодный дом. – URL: <http://www.svoboda.org/content/article/24381310.html>; Право на слабость. – URL: <http://www.svoboda.org/content/article/24180059.html>; Выздоровливать невыгодно. – URL: <http://www.svoboda.org/content/article/24376498.html>; Палочная дисциплина. – URL: http://www.vedomosti.ru/lifestyle/news/9126271/valerij_panyushkin_palochnaya_disciplina; Пропаганда глупости. – URL: <http://www.svoboda.org/content/article/24394070.html>; Хорошо подготовленный иск. – URL: <http://www.svoboda.org/content/article/24458130.html>; Работать надо. – URL: <http://www.svoboda.org/content/article/24400894.html>; Водяное перемирие. – URL: <http://www.vedomosti.ru/friday/article/2008/11/07/13918>; Логика в кризисе. – URL: <http://www.vedomosti.ru/friday/article/2009/02/20/14403>; Страшная сила. – URL: <http://www.svoboda.org/content/article/24387750.html>

³ Мнение: предмет роскоши. – URL: <http://novitsky.livejournal.com/504106.html>

⁴ URL: <http://v-panyushkin.livejournal.com/>

⁵ Алленова О. Жизнь Джоди, или О детях, которых не усыновили. – URL: <http://www.pravmir.ru/zhizn-dzhodi/>; «Нам не на кого надеяться, кроме самих себя». – URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2202990>; Жизнь сиротская. – URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2405683>; Закрытие Америки. Рассказывают несостоявшиеся усыновители. – URL: <http://www.agregator.pro/zakrytie-ameriki-rasskazyivayut-nesostoyavshiesy.2274678.html>; Пашкина четка. – URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2443930>; «Мы надеемся создать армию добровольцев». – URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2462190>.

Занимается активной общественной деятельностью. Считает важным совместное достижение правительства и общественников, работавших над проектом реорганизации детских сиротских учреждений. О. Алленова выясняла, кто и как вербует добровольцев, почему молодые люди идут работать в интернаты и зачем они там нужны¹; считает, что говорить о волонтерстве исключительно как о миссионерстве неправильно. Волонтерская помощь очень нужна детям в детских домах и интернатах, но она нужна и самим волонтерам. В Москве волонтеров немного, в списках известных НКО их 20 тыс., но практика показывает, что активна из этого списка всего треть. Многие люди просто не знают, куда можно прийти и как помогать. Если будет больше информации в СМИ и социальных сетях, то и численность волонтеров будет расти. Журналистка существенно продвинула в сознании аудитории новые общественные практики.

Лучшие практики как объект изучения: понимание и продвижение

Названные имена и издания, конечно, не исчерпывают список лучших практик. Он может быть продолжен не только именами журналистов, но и ссылкой на целые концепции, проекты и т.д. – на телевидении и радио, в новых медиа; в формах индивидуального и группового творчества; в творческих, организационных, маркетинговых и менеджерских стратегиях; в общенациональных и региональных СМИ. Мы предприняли данное исследование для того чтобы показать, что журналистика не стала абсолютно унифицированной и деперсонифицированной, в ней достаточно места творчеству на всех уровнях медиапроизводства – а значит, и способов глубокого, сущностного взаимодействия с аудиторией, и средств воздействия на проблемные зоны общественной жизни. Изучая этот опыт, мы получаем возможность рассмотреть те стратегические ресурсы, которые находятся в распоряжении социальной журналистики и могут обеспечить эффективную реализацию гуманитарной повестки СМИ. Другие содержательные сегменты отечественной журналистики также открыты для изучения и выявления лучших практик.

Следующий шаг в названном направлении – продвижение лучших практик. Мы полагаем, что в целом развитие стратегических ресурсов включает разработку таких аспектов: **методологические основания** (потребности общества в информационном обеспечении человеческого развития; принципы социальной журналисти-

ки), **технологические аспекты** (приоритеты в выборе источников информации; предпочтительные жанры и форматы; разработка специальных методов и приемов); **организационные особенности** (сотрудничество с гражданскими организациями, интенсификация обратной связи, социальные проекты); **учебно-воспитательные траектории** (программы медиаобразования, учебно-просветительские программы, внутрикорпоративная учеба; дистанционные программы, вузовская специализация)².

Опыт, обзор которого был представлен, значим в каждом из этих аспектов. Он может быть оценен и освоен спонтанно – фактически так и происходит: все названные журналисты признаны профессиональным сообществом; официально – все удостоены наград. Однако наиболее эффективным представляется путь, в котором постижение открытий происходит организовано. Это учебные формы разного уровня. Среди них вузовские студийные программы и дискретные проекты; программы некоммерческих организаций для журналистов; корпоративные программы для журналистов и фрилансеров; хакатоны с участием журналистов; дистанционные обучающие программы; просветительские интернет-программы. Но и среди этого образовательного многообразия выделяются вузовские программы и курсы, в рамках которых происходит планомерное изучение лучших практики на основе их формализованного описания. В частности, в учебном модуле «Социальная журналистика» на факультете журналистики Московского университета несколько дисциплин – «Работа социального журналиста», «Авторские технологии в социальной журналистике», «Социальное проектирование в российских СМИ» – построены на изучении реального опыта, формализованного на основе разработанной нами концепции гуманитарной повестки. Аналогичные курсы и программы действуют и в других российских вузах.

В заключение добавим, что изучение лучших практик и их продвижение необходимы новой российской журналистике. Это позволит учесть новые требования к журналистике в условиях развития медиаиндустрии и сохранить культурные традиции отечественной журналистики, обеспечив коммуникативным практикам современности преемственность и опору на национальные особенности восприятия и интерпретации медиакартины социального мира.

¹ Люди доброй воли. – URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2453915>

² Фролова Т.И. Гуманитарная повестка российских СМИ. Журналистика, человек, общество. – М.: МедиаМир, 2014.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Бердяев, Н.А. Русская идея: основные проблемы русской мысли XIX и начала XX века. – СПб.: Азбука-классика, 2008.
2. Бережная, М.А. Проблемы социальной сферы в алгоритмах телевизионной журналистики. – СПб.: Изд-во С.-Петербург. ун-та, 2009.
3. Вартанова, Е.Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. – М.: МедиаМир, 2013.
4. Дзялошинский, И.М. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям. – М.: Престиж, 2006.
5. Дзялошинский, И.М. Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов. – М.: Изд-во АПК и ППРО, 2013.
6. Есин, Б.И. Репортажи В.А. Гиляровского. – М.: Изд-во МГУ, 1985.
7. Журналистика социальной сферы / под ред. В.И. Новикова, И.В. Старостенкова. – М.: Изд-во РГСУ, 2008.
8. Журналистика. Общество. Ценности / ред.-сост. В.А. Сидоров. – СПб.: Петрополис, 2012.
9. Иваницкий, В.Л. Модернизация журналистики: методологический этюд. – М.: Изд-во МГУ, 2010.
10. История русских медиа 1989–2011. Версия «Афиши». – М.: Компания Афиша, 2011.
11. Корконосенко, С.Г. Теория журналистики: моделирование и применение. – М.: Логос, 2010.
12. Костюченко, Е. Условно ненужные. – М.: Common place, 2014.
13. Лонская, А. Репортаж. От идеи до гонорара. – М.: Аспект Пресс, 2015.
14. Массмедиа и ценностные отношения общества / под ред. Г.В. Лазутиной. – М.: МедиаМир, 2013.
15. Мурсалиева, Г. Междущарствие в головах: новейшая история российского сознания. – М.: Смысл, 2006.
16. Русский очерк. 40–50 годы XIX века / под ред. В.И. Кулешова. – М.: Изд-во МГУ, 1986.
17. Соколова, В.Ф. Народознание и русская литература XIX века. – М.: Едиториал УРСС, 2009.
18. Соколов-Митрич, Д. Реальный репортёр. Почему нас этому не учат на журфаке?! – СПб.: Питер, 2014.
19. Социальная журналистика: профессия и позиция / под ред. Т.И. Фроловой. – М.: АСИ, 2005.
20. Фролова, Т.И. Гуманитарная повестка российских СМИ. Журналистика, человек, общество. – М.: МедиаМир, 2014.
21. Фролова, Т.И. Человек и его мир в информационной повестке дня. Гуманитарная повестка в журналистике. – М.: АСИ, 2009.
22. Фролова, Т.И. Технологии социальной журналистики: опыт систематизации источников информации // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. - 2015. - № 4(19). - С. 57-64.

УДК: 070
ББК: 76.0

Шкондин М.В., Замотина Н.Н.

РЕГИОНАЛЬНАЯ ПЕЧАТЬ: СТРУКТУРНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ
(на примере изданий Красноярска)

Shkondin M.V., Zamotina N.N.

REGIONAL PRINT MEDIA: STRUCTURAL DESCRIPTIONS
Representing Krasnoyarsk city periodicals

Ключевые слова: медиасистема, медиаструктура, типологический анализ издания, типологические признаки издания, типологическая модель издания, концепция медиа, формат издания, медиатранспорт, публичность.

Keywords: media system, media structure, typological analysis of periodicals, typological features of periodicals, typological models of print media, media concept, publication format, media area, publicity.

Аннотация: в статье представлен результат исследования периодики города Красноярска, который характеризует типологическую структуру городских изданий. Проведен анализ структуры печатных СМИ Красноярска по следующим основаниям: локальность, тип издания (газета, журнал), периодичность, формат, цветность, платность распространения, характер издания, тематическая направленность, характер выполняемых функций, объем издания, год издания, тираж. Исследование проведено в рамках исследовательской программы, посвященной печати городов-миллионников России. Оно свидетельствует о существенных преобразованиях, которые происходят в структуре печатных СМИ города. Анализировались 37 печатных периодических изданий Красноярска: 17 газет и 20 журналов.

Annotation: the article presents the results of Krasnoyarsk print media research, featuring typological structure of the Krasnoyarsk city periodicals. The analysis was conducted considering the following basements: locality, type of a periodical (newspaper, journal), publishing frequency, paper format, color, distribution terms (pay/non-pay), specifics and functions, thematic orientation, publication volume, year of publication, number of copies. The research was carried out within the investigation program devoted to print media of million plus cities in Russia. It demonstrates considerable transformations which take place in the structure of the city print media. The research covers data on 37 printing periodicals – 17 newspapers and 20 journals of Krasnoyarsk.

В исследовании, проводимом на факультете журналистики МГУ¹, анализируется состояние современной системы газетно-журнальной периодики, так называемых, городов-миллионников России (т.е. городов с населением более 1 млн. человек). По данным статистики Росстата, на 2015 г. таких городов на-

считывается уже 15, а их население превышает 30 млн. человек и продолжает расти высокими темпами. Для исследования выбраны 13 городов (за исключением Москвы и Санкт-Петербурга).

Статус города-миллионника дает возможность участия в большем числе федеральных программ и проектов, а также увеличивает инвестиционную привлекательность города, что в совокупности создает наиболее благоприятный климат для развития, в том числе медийного пространства.

Выявление структурной целостности медиасистемы представляет значительный научный интерес с точки зрения системно-синергетического подхода к медийным исследованиям². Структура медиасистемы тесно свя-

¹ Исследование проводится с участием сотрудников кафедры периодической печати, кафедры теории и экономики СМИ, кафедры социологии журналистики и проблемной научно-исследовательской лаборатории комплексного изучения актуальных проблем журналистики факультета журналистики МГУ.

Руководители исследования: М.В. Шкондин, О.В. Смирнова. Исследовательская группа – составление программы, полевых документов, отчета по исследованию: Л.Г. Свитич, О.В. Смирнова, А.А. Ширяева, М.В. Шкондин. Сбор и кодирование информации: М.Н. Абдуллаева, В.В. Бойко, Н.Н. Замотина, А.А. Новак, Т.Ю. Порецкая, И.А. Руденко, З.П. Симонова, Т.Е. Узунова, Ю.С. Узунова.

Сводные таблицы: В.В. Бойко, Ю.С. Узунова.

² Gross P. Between Reality and Dream: Eastern European Media Transition, Transformation, Consolidation and Integratio // East European Politics and Societies. 2004. № 18 (1). Pp. 110–131.

Habermas J. The Structural Transformation of the Public Sphere. An Inquiry into a Category of Bourgeois Society. Cambridge: Polity, 1962.

зана с социальной структурой общества как ее медиасредой и в значительной мере ею определяется. Социальная структура — это совокупность взаимосвязанных элементов, составляющих внутреннее строение общества. Понятие «социальная структура» применяется в суждениях, представлениях об обществе как о социальной системе, в которой она обеспечивает внутренний порядок соединения элементов, а окружающая среда устанавливает внешние границы системы, а также при описании общества через категорию социального пространства¹.

Структура медиасистемы, соединяя входящие в нее элементы (компоненты, подсистемы), является способом их связи и обеспечивает ее внутреннее строение. В результате такого соединения рождаются различные средства массовой информации: газеты, журналы, каналы, телевизионные программы, радиостанции, информационные агентства и т.д. Типологические характеристики каждого из них вбирают в себя и активизируют потенциал элементов (подсистем) медиасистемы. Речь идет прежде всего о технологической, информационной, экономической, редакционной и организационной подсистемах. Структура позволяет медиасистеме выступать в качестве совокупности отношений между ее подсистемами, каждая из которых, актуализируя свой потенциал, превращается в активную функциональную единицу медиасистемы и ее структурных образований².

Типологическая структура региональной медиасистемы определяется характером требований, которые предъявляются к любому системному образованию. Структура как строение системы является основой целостности этой системы. Благодаря структуре эта целостность создается, сохраняется и трансформируется в соответствии с изменениями в функциональной целостности медиасистемы³.

Публичность как критерий целостности медиасистемы.

Hallin D., Mancini P. Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.

Jakubowicz R. Rude Awakening. Social and Media Change in Central and Eastern Europe. Hampton Press, 2007.

¹ Демина И.Н., Шкондин М.В. Медиасистема России: методологические аспекты оптимизации // Вопросы теории и практики журналистики. — 2016. — Т. 5. — № 2. — С. 189.

² Вартанова Е.Л. Современная структура и динамика медиасистемы // Медиасистема России / Под ред. Е.Л. Вартановой. — М.: Аспект Пресс, 2015. — С. 27.

³ Шкондин М.В. Журналистика как интеллектуальная система: аспекты целостности // Известия Иркутской государственной экономической академии. — 2016. — Т. 26. — № 2. — С. 179.

сти медиасистемы. Целостность региональной медиасистемы определяется характером социального пространства, в котором эта система функционирует. Результатом этого функционирования являются отношения публичности, которые создаются посредством печати и других медиа в данном социальном пространстве. На основе отношений публичности обеспечивается доступность личности, различных общностей, входящих в это пространство, к информационному пространству данного регионального социального образования. Доступность не только в освоении информационного потенциала данного социума, но и в обогащении, обновлении его совместно с редакционным коллективом. В сознании массовой региональной аудитории формируется медиакартинка жизни региона, а также других, внерегиональных субъектов, информационное взаимодействие с которыми необходимо⁴.

Функциональный аспект целостности медиасистемы. В массовом информационном процессе существует разделение труда в осуществлении функций региональной (городской) медиасистемы. Ее региональная целостность является интегративной по отношению к функциональным блокам различных медиа, входящих в региональную (городскую) медиасистему. Основой формирования этой функциональной целостности являются информационные потребности, реализация которых обеспечивают открытость, публичность для всех субъектов регионального социального пространства.

Целевое назначение каждой отдельной структурной единицы медиасистемы — газеты, журнала, других медиа определяется потребностями субъектов данного регионального медиапространства, в котором каждый его социальный субъект обогащает и осваивает потенциальные информационные ресурсы знания, аксиологического и проективно-поведенческого характера. На характер целевого назначения также влияют учредители и издатели.

Структурная целостность медиасистемы. Структура региональной (городской) медиасистемы призвана активизировать в полной мере потенциал, который содержат компоненты региональной медиасистемы и создать необходимые способы, формы связи ее компонентов между собой. Речь идет о таких компонентах, как подсистемы редакционная, информационная, технологическая, экономическая, аудитор-

⁴ Касютин В.Л. Российская местная пресса: воздействие финансово-экономического кризиса // Медиакоп. — 2011. — Вып. 1. — URL: <http://www.mediascope.ru/?q=taxonomy/term/304&page=1>;

ная, редакционная. Каждая из этих подсистем оказывает активное влияние на типологическую структуру медиасистемы¹.

Медиасистема большого города представляет собой совокупность взаимодействующих между собой подсистем (компонентов), которая обеспечивает публичность городской жизни в целом, а также отдельных ее социальных субъектов: личности, различных социальных общностей, организаций и других образований. Существующая в рамках крупного городского социального пространства общность испытывает острую потребность в массовом информационном взаимодействии, опосредованном как традиционными, так и новыми медиа. Отношения открытости, публичности необходимы ей как в рамках городского социума, так и в национальном и глобальном масштабе.

Городская медиасистема призвана создать оптимальное медиапространство, располагающее массовыми информационными отношениями между всеми социальными субъектами: личностями, различными общностями, представляющими сферы культуры, экономической, политической, научной и других видов деятельности. По сути это общественный диалог в городском масштабе.

Результатом этих информационных взаимодействий является создание и непрерывное обновление информационного потенциала городского социума, вбирающего в себя интеллектуальные, инновационные ресурсы города, а также ресурсы национального и глобального характера. Необходимо обеспечить также освоение этих ресурсов массовой городской аудиторией, всеми социальными субъектами городской жизни.

Городская медиасистема вбирает в себя совокупность медиа, каждое из которых принадлежит к той или иной типологической группе. Вместе с тем в процессе оптимизации своего участия в массовой информационной деятельности городских СМИ у каждого из них возникает необходимость в типизации, форматизации

своих типологических характеристик с учетом реальных условий функционирования. Типизация, форматизация распространяется на все модели, в том числе функциональную, проблемно-тематическую, жанрово-стилевую, структурную, экономическую и, конечно, аудиторную.

Медиасистема большого города призвана охватить большое социальное пространство, занимающее, как правило, значительное место в системе общественного разделения труда страны, а часто и в глобальном масштабе. Обеспечение публичности этого медиапространства является сложным делом, так как информационные потребности городской аудитории охватывают не только социальное пространство города, но и российское и мировое пространство. Поэтому медийная сфера большого города вбирает в свой информационный потенциал не только внутригородские информационные ресурсы, но и федеральные и глобальные.

Медиакартина жизни города, создаваемая в сознании горожан, охватывает все сферы их жизнедеятельности и обеспечивает информационное взаимодействие между всеми социальными субъектами: личностью, отдельными социальными структурами, - экономическими, политическими, управленческими и др. Публичность городской жизни характеризуется таким уровнем информационных отношений между социальными субъектами, когда у массовой аудитории создается возможность постоянно осваивать все основные информационные ресурсы, отражающие условия жизнедеятельности города и его среды, важнейшие инновации и проблемы социальной жизни города².

Типологический анализ медиасистемы городов миллионников необходимо строить на методологической базе, учитывающей необходимость формирования публичности в рамках каждого социального городского пространства. Хотя городские СМИ образуют единое типологическое множество, но они отличаются друг от друга по своему типу и формату. Тем самым создается возможность оптимизировать функционирование каждого СМИ в структуре действующих в городе средств массовой информации и обеспечить его жизнедеятельность.

Совокупность медиа, действующих в рам-

¹ Тулупов В.В. О будущем местной прессы: четыре варианта развития. Российские СМИ и журналистика в новой реальности // Материалы Междунар. науч.- практ. конф. Екатеринбург, 2011 [Электронный ресурс]. – URL: <http://lib.znate.ru/pdfview/index-61638.html>. (дата обращения: 28.04.2016); Смирнова О.В. Стратегии печатных медиа в эпоху цифровых технологий // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 2013. – № 6. – С. 27; Свитич Л.Г., Смирнова О.В., Ширяева А.А., Шкондин М.В. Газеты средних и малых городов России. Социологическое исследование: опрос редакторов и журналистов». – М.: Ф-т журн. МГУ, 2015 – С. 6–11.

² Тертычный А.А. О соотношении технологии и творчества в современной журналистике // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 2013. – №6. – С.78-89; Фролова Т.И. Гуманитарная повестка дня российских СМИ. Журналистика, человек, общество. – М, МедиаМир, 2014; Юдина Е.Н. Медиапространство как культурная и социальная система. М.: Прометей, 2005.

ках отдельного крупного города, представляет собой структурное множество, в рамках которого существует определенное разделение труда в общегородском массовом информационном процессе. Вместе с тем этим медиа присуща определенная однотипность:

- существует единая социальная общность, участвующая в освоении информационного потенциала, актуального для жителей данного города;

- существует единая социальная общность, участвующая в создании информационного потенциала;

- имеется единая функциональная целостность (модель), связанная с обеспечением таких информационных отношений между субъектами городской жизни, которые создают в сознании массовой аудитории информационные ресурсы, характеризующие объективные условия жизни города, существующие проблемы, новые возможности решения проблем и развития городского социума.

Вместе с тем существует и разделение труда, которое проявляется в процессах типизации и форматизации различных медиа с учетом реальных условий массового информационного процесса данного городского образования. Типизация и форматизация отдельного медиа – это оптимизация его типологических характеристик по отношению к тому медиaprостранству, которое сложилось в данной социальной общности. В нашем случае – это пресса городов-миллионников.

Региональная пресса России динамично развивается. Вследствие отмеченной исследователями изменения структуры общероссийской медиасистемы (с вертикальной на горизонтальную) данное поле представляет немалый интерес. В регионах сформировались как общие, характерные для всей России процессы, так и самостоятельные, отражающие своеобразие территории (географическое, административно-хозяйственное, социальное, национально-культурное). Достаточно ярко эти процессы проявились в городах-миллионниках.

Один из них город Красноярск – крупнейший деловой, промышленный и культурный центр Восточной Сибири, столица Красноярского края, второго по площади субъекта России.

Близость Красноярска (по сравнению с городами европейской части страны и Западной Сибири) к Японии, Китаю, Южной Корее и дру-

гим странам динамично развивающегося Азиатско-Тихоокеанского региона создаёт возможность для активного роста экономики и других сфер жизни города на основе расширения внешнеэкономической деятельности и сотрудничества.

Красноярск постепенно наращивает демографический, экономический, инвестиционный и научный потенциал. В городе исторически сложилась полиотраслевая структура экономики. Наряду с традиционными для края производственными секторами – металлургией, энергетикой, машиностроением – всё более активно развивается строительная индустрия, индустрия сервиса, образование и здравоохранение, производство идей и технологий, в том числе в социальной сфере, которые позволяют городу сохранить лидирующие позиции и развить свою инвестиционную привлекательность.

Программой исследования было предусмотрено проанализировать структуру печати городов-миллионников по нескольким основаниям: локальность, периодичность, формат, тип изданий, их целевые функции, цветность, платность, тираж и другие характеристики.

Исследование структуры красноярской печати показало, что из 37 проанализированных изданий – 32 (86%) периодических изданий – по локальности краевые. Это общественно-политические газеты «Красноярский рабочий», «Красноярский регион», «Красноярская газета», корпоративная газета «Речник Енисея», деловой журнал «Report», литературный журнал «День и ночь», научные издания «Вестник КрасГАУ» (аграрный университет), «Журнал Сибирского Федерального университета», «Вестник Красноярского государственного педагогического университета им. В.П. Астафьева», рекламная газета «Аревера недвижимость» и рекламные журналы «Шанс», «Недвижимость Красноярья», «Дом снаружи и внутри» и др.

В Красноярске выходят также 4 городских издания: газеты «Городские новости», «Говорит Красноярск» и журналы – деловой «PREMIUM», гляцевый журнал «Стольник».

Есть епархиальная газета «Православное слово Сибири (3 %).

Соответствует типу изданий и их периодичность (таблица 1).

Таблица 1 - Периодичность изданий

Периодичность	Количество изданий	В % к общему количеству изданий
Ежедневная газета	1	3
3-4 раза в неделю	2	5
2 раза в неделю	2	5
один раз в неделю	7	19
2 раза в месяц	4	11
Один раз в месяц	12	33
Один раз в два месяца	4	11
Один раз в квартал	4	11
Не ясно	1	3

Наибольший процент составляют журнальные издания, в том числе 33% – ежемесячники, 22% выходят раз в два или три месяца. 19% – еженедельники, 10% газет выходят 2-4 раза в неделю. И есть только одна ежедневная общественно-политическая газета – «Красноярский рабочий».

В соответствии с типом издания поровну (по 18) разделились издания, которые выходят в формате А3 и А 4. В формате А-2 издается только газета «За победу!» Красноярского краевого отделения КПРФ.

Из формальных признаков изданий изучалась также их цветность (таблица 2).

Таблица 2 - Цветность изданий

Цветность	Количество изданий	В % к общему количеству изданий
Полноцветная печать	32	86
Первая и последняя полоса в цвете	4	11
Черно-белая печать	1	3

Практически вся периодика Красноярска перешли на многоцветную печать. Только общественно-политическая «Красноярская газета» выходит в черно-белом исполнении.

Но одним из главных признаков, которые анализировались в исследовании, являлось целевое назначение издания или его функциональная модель¹ (таблица 3).

Таблица 3 - Целевое назначение изданий (функциональная модель)

Целевое назначение изданий	Количество изданий	в % к общему количеству изданий
Информационно-рекламное	15	41
Информационно-аналитическое	13	35
Просветительско-образовательное	3	8
Научное	3	8
Развлекательно-рекламное	1	3
Развлекательное	1	3
Религиозное	1	3

¹ Этническая журналистика: история и современность. Ежегодник № 8 / Под ред. О.Д. Минаевой, О.В. Смирновой, М.В. Шкондина. – М.: Факультет журналистики МГУ, 2016; Свитич Л.Г., Смирнова О.В., Ширяева А.А., Шкондин М.В. Газеты средних и малых городов России в 2010-х гг. // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 2014, № 5, 6.

Как и в других городах миллионниках, преобладают информационно-рекламные издания (41%). На втором месте информационно-аналитические (35%). Все остальные типы – просветительские, научные, особенно религиозные и развлекательные представлены меньшим количеством изданий. Но в принципе система печати Красноярска достаточно разнообразна. Информационно-аналитическая функция является ведущей прежде всего в общественно-политических газетах: старейшем издании «*Красноярский рабочий*» (выходит с 1905 года) и «*Наш Красноярский край*, учредителем которой является губернатор края и Законодательное собрание. На страницах этого издания публикуются нормативно-правовые акты правительства и законодательного собрания края, качественная аналитика, комментарии специалистов, экспертные мнения, интервью с первыми лицами края, информация из первых рук через проведение прямых линий, круглых столов и новости обо всех событиях Красноярского региона – от Минусинска до Норильска.

В газетах «*Городские новости*» и «*Говорит Красноярск*» также успешно сочетается информация и аналитика. На тематических полосах газеты «*Городские новости*» – «Юридическая помощь», «Психология», «Добрый совет», «Дачный сезон», «Культура», «Потребитель», «Неотложка», «Старшее поколение» размещается информация обо всех сферах жизни общества. Учредителем является администрация города.

Городская газета «*Говорит Красноярск*» – площадка для диалога власти и общества. Публикуются интервью с руководителями предприятий, компаний, учреждений и других отраслевых бизнес-структур. Эта газета – приложение к деловому журналу «*РЕНОМЕ*», что значительно расширяет рекламные возможности этих изданий.

Преобладает информационно-аналитическая функция и в старейшей корпоративной газете «*Речник Енисея*» (выходит с 1931 года). Ведущие рубрики: «Новости «Енисейречтранс»», «Профессионалы пароходства», «Образование», «Страницы истории».

Представляет интерес функциональная модель общественно-политической газеты «*Красноярский регион*» (тираж 55 тыс. экз.). Основные рубрики издания – «Новости», «Власть», «Предприятия», «Культура», «Образование», «Муниципалитет», «Пульс региона (здравоохранение)», «Социум», «Инфраструктура», «Промышленность». Учредитель – частное лицо – В. Августинovich, владелец

Издательского дома «Красноярский регион». Аудитория массовая, включая владельцев различных компаний, муниципальную власть и рядовых граждан. Большой тираж способствует повышенной рекламной емкости газеты и значимости скрытой рекламы. Происхождение первичного капитала неизвестно, надо полагать, что вложены были средства красноярских бизнесменов.

В системе СМИ г. Красноярска выделяется газета «*СНиП Красноярск (строительные новости и проблемы Красноярска)*». Она выпускается градостроительными структурами, строительными организациями и Союзом архитекторов края. Элементами газеты являются публицистические и аналитические материалы по проблемам градостроительства, истории архитектуры края и ее сохранению, а также материалы, которые можно определить, как корпоративную рекламу (поздравления и обращения руководителей профильных структур, фактически пиар-реклама фирм и их руководителей), и непосредственные рекламные материалы. Здесь уместно говорить о гибридных формах функций СМИ.

Газетно-журнальный Красноярск развивается вслед за наиболее рекламоёмким и рынками, поэтому чаще других запускаются издания, посвященные строительству, недвижимости, ремонту, интерьеру, в которых доминирует рекламно-информационная функция: например, бесплатная газета «*Строительство +ремонт*»; журналы: «*Дом снаружи и внутри*», «*Особняк*», «*Недвижимость Красноярья*», деловой журнал «*Новостройки в Красноярске*».

Ведущее деловое издание Красноярска – рекламно-информационный журнал «*PREMIUM*» выходит с 2006 года, тираж 7500 экз. Контент журнала состоит из обзоров на актуальные темы обо всем, что составляет сферу интересов людей, добившихся успехов в жизни. Тематика журнала: путешествия, коллекции, дизайн, психология, имидж и мода, люди, события, вещи и многое другое.¹

Вторым по значимости является деловой журнал «*Renome*». На сайте говорится, что это издание для руководителей государственных и муниципальных органов власти, представителей бизнеса, науки, образования, здравоохранения, а также всех тех, кому ин-

¹ PREMIUM. №11(91) (3) от 03.11.2014. - С.2 [Электронный ресурс]. URL: <http://gopressa.ru/presa/pbl/detail/1188#gopressa> (дата обращения: 28.04.2016)

интересна жизнь Красноярского края.¹ Выходит с 2005 года, тираж 5 тыс. экз. Тематическая направленность: бизнес, финансы. Рубрики: «Резонанс», «Политика», «Регион», «Факт», «Экономика». Журнал популярен у среднего класса, оптимально сочетает рекламу и аналитику.

Несмотря на динамику журнального рынка, сильных "глянцевых" игроков с долгой историей, хорошей базой рекламодателей, устойчивой читательской аудиторией и отлаженной дистрибуцией в Красноярске не так уж и много. Заслуживает внимания глянцевый журнал «Стольник». Это информационно-развлекательное издание. Тираж 6 тыс. экз. Рубрики: «Мода», «Life», «Пространство», «Красота», «Ресторация», «В свете», «Слово редактора», «Mister». Редакция так позиционирует свое издание: «для успешной, требовательной и образованной аудитории». На сегодняшний день журнал «Стольник» присутствует в 18 регионах России и в каждом городе занимает лидирующие позиции на рынке печатных СМИ.²

Также свою нишу занимает рекламно-информационный журнал «Свадьбавед». Это полноцветное, бесплатное издание. В этом журнале молодожёны найдут большое количество необходимой для свадьбы информации о скидках и акциях от лучших специалистов и фирм города и полезной рекламы.

Есть в Красноярске и оригинальные, «несистемные» издания, отражающие стремление издателей выйти на отдельные сегменты аудитории: например, специализированная бесплатная газета по юридической тематике «Правовое обозрение», которую издает регио-

нальный информационный центр «Искра» с 2001 года. Рубрики «Практическая деятельность» и «Компетентное мнение» готовятся совместно со специалистами органов государственной власти, представителями судебной системы, налоговых органов, ведущими юристами и аудиторами края. В рубрике «Актуальное интервью» обсуждаются волнующие многих темы: медицина, жилье, проблемы семьи и брака и др.

Анализ характера изданий, то есть степени универсальности или специализированности тематики, показал, что универсальных изданий меньше.³ Одной из отличительных черт Красноярского информпространства – растущее внимание издателей и рекламодателей к проектам категории специального интереса. 62% изданий – это издания, специализированные по тематике. Наблюдается сравнительно заполненный сектор отраслевых изданий для специалистов. Например, с 2005 года выходит отраслевой рекламный журнал «Автосила. Специальная техника Сибири». Десять лет, с 2006 года издается сельскохозяйственный журнал для аграриев «Агро – Сибирь», единственное полноцветное издание этой тематики в Красноярском крае. С 2009 года издаются отраслевые информационно-рекламные журналы: «Сибирское металлоснабжение», «Промышленные страницы Сибири», «Вестнаб». Сравнительно недавно, с 2012 года, выходит специализированный, информационно-аналитический журнал «Транспортный комплекс Красноярья».

Тип издания, его характер определяют и его платность (таблица 4).

Таблица 4 - Платность изданий

Платность	Количество изданий	В % к общему количеству изданий
Платное издание	23	62
Бесплатное	13	35
И то и другое	1	3

¹ Журнал Реноме [Электронный ресурс]. URL: <http://renome-mag.ru> (дата обращения: 28.04.2016)

² Медиа-кит Стольник. 2013. – С.3. [Электронный ресурс]. URL: <http://gidm.ru/data/up/11/11514/Mediakit%20zhurnal%20Stochnik.pdf> (дата обращения: 28.04.2016)

³ Касютин В.Л. Особенности регуляции деятельности местной прессы 2008-2010 // Журналистика и медиарынок. – 2010. – № 9; Колесник С.Г. Газеты в регионах России. 2012 год. Источник: <http://www.old.frip.ru/>

Большинство периодики Красноярска – это платные издания. Но также издаётся несколько различных печатных продуктов, дифференцированных по своей информационной политике, экономическому статусу и функциональному назначению, но единых по способу распространения – бесплатной реализации (35%). Эти газеты и журналы заняли свободную нишу, стараясь информационно «охватить» разными типами изданий всех жителей города. Для этого бесплатная пресса условно разделилась на несколько групп. Это прежде всего рекламно-информационные издания, например журнал «

Шанс», выходящий тиражом 260 тыс. экз., медицинская газета «Вестник медinfo», тираж – 80 тыс. экз. и общественно-политическая, универсальная по тематике, частная газета «Красноярский регион», тираж – 55 тыс. экз.

Лидеры с точки зрения привлечения рекламных ресурсов, бесплатные СМИ наиболее привлекательны для рекламодателей за счет своих высоких тиражей.

В целом по тиражам изданий Красноярска картина сложилась следующим образом (таблица 5).

Таблица 5 - Тираж периодических изданий

Тираж	Количество изданий	%
До 3 тыс.	7	19
4–5 тыс.	5	14
6–8 тыс.	6	16
9–12 тыс.	5	14
13–20 тыс.	6	16
21–30 тыс.	2	5
31–40 тыс.	1	3
41–50 тыс.	2	5
51–80 тыс.	2	5
260 тыс.	1	3

Хотя в городе живет более миллиона человек, тиражи у отдельных изданий скромные: до 3 тыс. экз. 19%, от 4 до 8 тыс. экз. – 30%, от 9 до 20 тыс. экз. – тоже 30%, от 21 до 50 тыс. экз. – 13%, от 51 до 80 тыс. экз. 5%.

И только одно издание имеет большой тираж 260 тыс. экз. Это рекламно-информационный еженедельник «Шанс», который выполняет и роль полезного телегида для широкой аудитории. На рынке печатных СМИ с 2002 года, периодичность – раз в неделю, формат А-4, объем 108 страниц. Превалирующие функции – информационная, развлекательная, рекламная. Публикуются эксклюзивные факты из жизни знаменитостей, разнообразные полезные материалы и советы для всех категорий читателей. Распространение бесплатное.

На втором месте по тиражам медицинская газета «Вестник Медinfo», выходит с 1997 года, 1 раз в месяц, форматом А-3, тираж 80 тыс. экз. Полноцветное. Распространяется бесплатно по почтовым ящикам жилых домов, включая элитные дома левобережья Красноярска, в детских садах, по офисам и медицинским учрежде-

ниям. Во многих красноярских аптеках имеются фирменные стойки-планшеты «Вестник Медinfo», в некоторых – покупатели получают газету вместе с лекарствами. Целевая аудитория газеты – люди, интересующиеся здоровьем, преимущественно женщины 30–60 лет.

Тираж 50 тыс. экз. имеет и общественно-политическая газета Красноярской краевой организации КПРФ «За победу!» – учреждена 17 июля 2000 года, выходит 1 раз в неделю, формата А-2, на 4 полосах. Это платное, полноцветное издание. Газета ориентируется не только на членов КПРФ и сторонников партии, но и массового читателя. Публикуются материалы о внутрипартийной жизни, а также статьи на экономические, экологические, социальные темы.

Другая группа прессы связана с различными производственными отраслями народного хозяйства. Многие развитые отрасли перешли от практики публикации в неспециализированных печатных СМИ к системе, в которой цели оправдывают средства – системе «отраслевых» средств массовой информации. Отраслевые издания отличаются локальной рекламной пода-

чей, профессиональным оформлением и целевым распространением в тех точках города, которые потенциальные потребители посещают наиболее часто. Специфика отраслевой печати содержит различные направления: жилищное строительство, недвижимость, автомобильная индустрия. Отраслевой рекламный журнал «Автосила. Специальная техника Сибири» выходит тиражом 25 тыс. экз. Отраслевой промышленный информационно-рекламный журнал: «Сибирское металлоснабжение» имеет тираж 10 тыс. экз., рекламно-информационный журнал «Промышленные страницы Сибири», – 12 тыс. экз. Отраслевой промышленный рекламный журнал «Вестнаб» – 15 тыс. экз. Рекламно-информационный еженедельник «Стройка. Красноярский выпуск» выходит тиражом также 15 тыс. экз.

Три научных журнала Красноярска выходят малыми тиражами: «Вестник КрасГАУ» (аграрный университет) и «Журнал Сибирского

Федерального университета» – по 250 экз. и «Вестник Красноярского государственного педагогического университета им. В.П. Астафьева» – 1 тыс. экз. Литературный журнал для семейного чтения «День и ночь», который издаётся с 1993 года, также имеет небольшой тираж – 1 тыс. 200 экз.

Печатные СМИ Красноярска достаточно разнообразны, имеют тенденцию к горизонтальному расширению, отмечены особенностями общенациональной медиасистемы и находятся в состоянии поиска собственного лица. Они вместе с другими местными изданиями России продолжают выполнять очень важные коммуникативные функции по консолидации локальной общности, развитию инфраструктуры, экономического и социокультурного потенциала городов и районов, содействуют решению конкретных проблем горожан, выполняют важнейшую миссию сохранения журналистики, близкой народу, его потребностям и нуждам¹.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Варганова, Е.Л. Современная структура и динамика медиасистемы // Медиасистема России / под ред. Е.Л. Варгановой. – М.: Аспект Пресс, 2015.
2. Демина, И.Н., Шкондин, М.В. Медиасистема России: методологические аспекты оптимизации // Вопросы теории и практики журналистики (Байкальский государственный университет). – 2016. – Т. 5. – № 2. – С. 187–199. — DOI: 10.17150/2308-6203.2016.5(2).187-199.
3. Касюгин, В.Л. Российская местная пресса: воздействие финансово-экономического кризиса // Медиаскоп [электронный научный журнал] – 2011. – Вып. 1. – URL: <http://www.mediascope.ru/?q=taxonomy/term/304&page=1>
4. Касюгин, В.Л. Особенности регуляции деятельности местной прессы 2008-2010 // Журналистика и медиарынок. – 2010. – № 9.
5. Колесник, С.Г. Газеты в регионах России. 2012 год. Источник: <http://www.old.frip.ru/>
6. Коханов, Е.Ф., Кравцов, В.В., Шкондин, М.В. Жанровая структура новых медиа в условиях трансформации медиасистемы // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. – 2015. – № 2 (18). – С. 317-327.
7. Медиасистема России / под ред. Е.Л. Варгановой. – М.: Аспект Пресс, 2015. – 384 с.
8. Свитич, Л.Г., Смирнова, О.В., Ширяева, А.А., Шкондин М.В. Газеты средних и малых городов России. Социологическое исследование: опрос редакторов и журналистов. – М.: Факультет журн. МГУ, 2015. – 237 с.
9. Свитич, Л.Г., Смирнова, О.В., Ширяева, А.А., Шкондин М.В. Газеты средних и малых городов России в 2010-х гг. // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 2014. – № 5, 6.
10. Свитич, Л.Г., Смирнова, О.В., Ширяева А.А., Шкондин М.В. Жанры публикаций в городской газете (по итогам контент-аналитического исследования газет средних и малых городов) // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. – 2015. – № 4(19). – С. 44-50.
11. Смирнова, О.В. Стратегия печатных медиа в эпоху цифровых технологий // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 2013. – № 6. – С. 26–38.
12. Тертычный, А.А. О соотношении технологии и творчества в современной журналистике // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 2013. – №6. – С. 78-89.
13. Тулупов, В.В. О будущем местной прессы: четыре варианта развития. Российские СМИ и журналистика в новой реальности // Материалы Междунар. науч.-практ. конф. Екатеринбург, 2011. [Электронный ресурс]. – URL: <http://lib.znate.ru/pdfview/index-61638.html>. (дата обращения: 28.04.2016)
14. Фролова, Т.И. Гуманитарная повестка дня российских СМИ. Журналистика, человек, общество. – М.: МедиаМир, 2014. – 352 с.

¹ Медиасистема России / Под ред. Е.Л. Варгановой. – М.: Аспект Пресс, 2015. – С. 153.

15. Шкондин, М.В. Журналистика как интеллектуальная система: аспекты целостности // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). – 2016. – Т. 26. – № 2. – С. 175–182.
16. Юдина, Е.Н. Медиапространство как культурная и социальная система. - М.: Прометей, 2005. –160 с.
17. Этническая журналистика: история и современность. Ежегодник / под ред. О.Д. Минаевой, О.В. Смирновой, М.В. Шкондина. –М.: Факультет журналистики МГУ, 2016. № 8. –158 с.
18. Gross, P. Between Reality and Dream: Eastern European Media Transition, Transformation, Consolidation and Integratio // East European Politics and Societies. 2004. № 18 (1). Pp. 110–131.
19. Habermas, J. The Structural Transformation of the Public Sphere. An Inquiry into a Category of Bourgeois Society. Cambridge: Polity, 1962.
20. Hallin, D., Mancini, P. Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.
21. Jakubowicz, R. Rude Awakening. Social and Media Change in Central and Eastern Europe. Hampton Press, 2007.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Андреюшкина Татьяна Николаевна

Тольяттинский государственный университет, г. Тольятти

Доктор филологических наук, доцент

E-mail: andr8757@mail.ru

Andreïushkina Tatiana Nikolaevna

State University Togliatti, Togliatti

Doctor of science philology, associated professor

E-mail: andr8757@mail.ru

Арсентьева Елена Фридриховна

Казанский (Приволжский) федеральный университет, г. Казань

Доктор филологических наук, профессор, Заслуженный деятель науки РТ

E-mail: elenaarsentiewa@mail.ru

Arsenteva Elena Fridrikhovna

Kazan (Volga region) federal university, Kazan

Doctor of Philological Sciences, Professor, Honored scientist of the Republic of Tatarstan

E-mail: elenaarsentiewa@mail.ru

Арсентьева Юлия Святославовна

Казанский (Приволжский) федеральный университет, г. Казань

Кандидат филологических наук

E-mail: juliarenat251@gmail.com

Arsentyeva Yulia Svyatoslavovna

Kazan (Volga region) federal university, Kazan

Candidate of Philological Sciences

E-mail: juliarenat251@gmail.com

Баканов Роман Петрович

Казанский (Приволжский) федеральный университет, г. Казань

Кандидат филологических наук

E-mail: rbakanov@yandex.ru

Bakanov Roman Petrovich

Kazan (Volga region) federal university, Kazan

Candidate of Philological Sciences, docent

E-mail: rbakanov@yandex.ru

Баранова Екатерина Андреевна

Российский государственный социальный университет, г. Москва

Кандидат филологических наук

E-mail: kat-journ@yandex.ru

Baranova Ekaterina Andreevna

Russian State Social University, Moscow

Candidate of Philological Sciences

E-mail: kat-journ@yandex.ru

Гейдарова Эльвира Акиф гызы

Бакинский государственный университет, г. Баку

Кандидат филологических наук

E-mail: sert739@rambler.ru

Heydarova Elvira Akif q.

Baku State University, Baku

Candidate of philological sciences

E-mail: sert739@rambler.ru

Денисова Галина Леонидовна

Волжский университет имени В.Н. Татищева, г. Тольятти

Доктор филологических наук, доцент

E-mail: taraksa@mail.ru

Denisova Galina Leonidovna

Volzhsky University after V.N. Tatishchev, Togliatti

Doctor of Philology, associate professor

E-mail: taraksa@mail.ru

Дмитриева Ульяна Михайловна

Новосибирский государственный педагогический университет, г. Новосибирск

Кандидат филологических наук

E-mail: ulyana2019@yandex.ru

Dmitrieva Ulyana Mihaylovna

Novosibirsk state pedagogical University, Novosibirsk

Candidate of philological Sciences

E-mail: ulyana2019@yandex.ru

Жилавская Ирина Владимировна

Московский государственный педагогический университет, г. Москва

Кандидат филологических наук, доцент

E-mail: zhiv3@yandex.ru

Zhilavskaya Irina Vladimirovna

Moscow State Pedagogical University, Moscow

Candidate of Philology Sciences, Associate Professor

E-mail: zhiv3@yandex.ru

Замотина Нина Николаевна

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва

Научный сотрудник

E-mail: skond@mail.ru

Zamotina Nina Nikolaevna

Lomonosov Moscow State University, Moscow

E-mail: skond@mail.ru

Звада Оксана Викторовна

Московский государственный лингвистический университет, Евразийский лингвистический институт (филиал в г. Иркутске), г. Иркутск

Кандидат филологических наук, доцент

E-mail: zoksana@inbox.ru

Zvada Oksana Viktorovna

Irkutsk Euro-Asian Linguistic Institute of Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education «Moscow State Linguistic University», Irkutsk

PhD in Philology, Associate Professor

E-mail: zoksana@inbox.ru

Иванов Андрей Дмитриевич

Челябинский государственный университет, г. Челябинск

Аспирант

E-mail: Info-ai@yandex.ru

Ivanov Andrey Dmitrievich

Chelyabinsk state University, Chelyabinsk

Postgraduate student

E-mail: Info-ai@yandex.ru

Ильинская Ангелина Анатольевна

Издательство «Эксмо», отдел «Бизнес литературы», г. Москва

Переводчик, аспирант
E-mail: linxavolha@mail.ru

Ilinskaya Angelina Anatolievna

“Eksmo” publishing, Business Literature department, Moscow
Translator, Postgraduate student
E-mail: linxavolha@mail.ru

Карамова Айгуль Айратовна

Бирский филиал Башкирского государственного университета, г. Бирск
Доктор филологических наук, доцент
E-mail: Kar_AA@mail.ru

Karamova Aigul Airatovna

Birsk Branch of Bashkir State University, philology department, chair of department, Birk
Doctor of Sciences in Philology, Associate Professor (docent)
E-mail: Kar_AA@mail.ru

Куличкина Галина Васильевна

Пермский государственный национальный исследовательский университет, г. Пермь
Кандидат филологических наук, доцент
E-mail: kulgv@list.ru

Kulichkina Galina Vasilievna

Perm state national research University, Perm
Candidate of philological Sciences, associate professor
E-mail: kulgv@list.ru

Лебедев Александр Алексеевич

Академия медиаиндустрии, г. Москва
Кандидат философских наук, докторант
E-mail: captlebedev@rambler.ru

Lebedev Aleksandr Alexeevich

Academy of Media Industry, Moscow
Candidate of philological Sciences
E-mail: captlebedev@rambler.ru

Мартыненко Надежда Константиновна

Ноябрьский институт нефти и газа (филиал) Тюменского индустриального университета, Тюменская область, Ямало-Ненецкий автономный округ, г. Ноябрьск

Доктор исторических наук, доцент
E-mail: nkmtltru1@mail.ru

Martynenko Nadezhda Konstantinovna

November institute of oil and gas (branch) Tyumen industrial university, the Tyumen region, the Yamalo-Nenets Autonomous Area, Noyabrsk
Doctor of historical sciences, professor
E-mail: nkmtltru1@mail.ru

Матвеева Юлия Олеговна

Казанский (Приволжский) федеральный университет, г. Казань
Аспирант
E-mail: j.matveeva@yahoo.com, j.matveeva@tatar.ru

Matveeva Julia Olegovna

Kazan Federal University, Kazan
Post-graduate student
E-mail: j.matveeva@yahoo.com, j.matveeva@tatar.ru

Новоселова Ирина Владимировна

Лингвистический центр «Интеллектуал», г. Тольятти
Учитель английского, французского, японского языков

E-mail: amerria.saillune@yandex.ru
Novoselova Irina Vladimirovna
Linguistic centre "Intellectual", Togliatti
Teacher of English, French, Japanese languages
E-mail: amerria.saillune@yandex.ru

Пастухова Белла Петровна
Академия медиаиндустрии, г. Москва
Аспирант
E-mail: france.bella@gmail.com
Pastukhova Bella Petrovna
Media Industry Academy, Moscow
Postgraduate student
E-mail: france.bella@gmail.com

Поздняков Константин Сергеевич
Самарский государственный социально-педагогический университет, г. Самара
Кандидат филологических наук, доцент
E-mail: kopozdnyakov@yandex.ru
Pozdnyakov Konstantin Sergeevich
Samara State University of Social Sciences and Education, Samara
Candidate of philological sciences, assistant professor
E-mail: kopozdnyakov@yandex.ru

Позняк Людмила Петровна
Московский государственный лингвистический университет, Евразийский лингвистический институт (филиал в г. Иркутске), г. Иркутск
Кандидат филологических наук, доцент
E-mail: poz-ludmila@yandex.ru
Poznyak Lyudmila Petrovna
Irkutsk Euro-Asian Linguistic Institute of Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education «Moscow State Linguistic University» Theoretical and General Linguistics Department, Irkutsk
PhD in Philology, Associate Professor
E-mail: poz-ludmila@yandex.ru

Смирнова Ольга Владимировна,
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва
Кандидат филологических наук, доцент
E-mail: smirnova.olga@smi.msu.ru
Smirnova Olga Vladimirovna
Lomonosov Moscow State University, Faculty of journalism, Moscow
PhD, associate professor
E-mail: smirnova.olga@smi.msu.ru

Стариннова Татьяна Борисовна
Волжский университет имени В.Н. Татищева, г. Тольятти
Кандидат филологических наук, доцент
E-mail: dgf@vuit.ru
Starinnova Tatyana Borisovna
Volzhsky University after V.N. Tatishchev, Togliatti
Phd.in Philology, associate Professor
E-mail: dgf@vuit.ru

Фролова Татьяна Ивановна
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва
Доктор филологических наук, доцент
E-mail: t_frolova@bk.ru

Frolova Tatyana Ivanovna

Lomonosov Moscow State University, Faculty of journalism, Moscow

Doctor of Philology, Associate Professor

E-mail: t_frolova@bk.ru

Хасанова Зарета Салиховна

Пятигорский государственный университет, г. Пятигорск

Аспирант

E-mail: khasanova_zareta@mail.ru

Khasanova Zareta Salikhovna

Pyatigorsk State Linguistic University, Pyatigorsk

Postgraduate study

E-mail: khasanova_zareta@mail.ru

Шкондин Михаил Васильевич

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва

Доктор филологических наук, профессор

E-mail: skond@mail.ru

Shkondin Mihail Vasilyevich

Lomonosov Moscow State University, Moscow

Doctor of Philology, Professor

E-mail: skond@mail.ru

Научный журнал

В Е С Т Н И К

Волжского университета

имени В.Н. Татищева

Уважаемые коллеги!

Готовится к выпуску очередной номер научного журнала **«Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева»**.

Редакция журнала принимает научные статьи по следующим направлениям:

- филологические науки;
- экономические науки;
- юридические науки.

Основные требования к содержанию рукописей: актуальность, новизна, качество.

Редакция журнала просит авторов руководствоваться нижеприведенными требованиями.

1. К статье прилагается: название, Ф.И.О. авторов, ключевые слова и аннотация на русском и английском языках.

2. Авторы нумерацию страниц не производят. Текст статьи представляется в электронном и печатном вариантах с помощью компьютерного набора в редакторе Word. Формат бумаги А4, поля: справа и слева 2,0 см, сверху 2,0 см, снизу 2,0 см, абзацный отступ 1 см. Текст статьи набирается шрифтом Times New Roman, размер 12пт, через 1 интервал.

3. Сноски: постраничные, нумерация сквозная, размер шрифта – 10 пт, междустрочный интервал - одинарный.

4. Библиографический аппарат должен быть оформлен в соответствии с ГОСТ 7.1 - 2003.

5. Сведения об авторах:

- набираются шрифтом размера 12 пт;
- содержат Ф.И.О. каждого из авторов (шрифт жирный), место работы автора в именительном падеже, должность автора, контактную информацию (почтовый индекс, адрес организации, e-mail, телефон).

6. Ориентировочный объем статьи 8-12 стр. машинописного текста, формата А4. Повторение одних и тех же данных в тексте, таблицах и графиках недопустимо.

Контакты редакции журнала:

Е-mail: apnp@vuit.ru, info@vuit.ru (для Федосеевой О.Ю.)

Факс: 8(8482) 48-73-07, 48-65-89 (для Федосеевой О.Ю.)

Статьи нужно представить следующим ответственным:

Направление	Ответственный	Телефон	E-mail
Филологические науки	Стацук Светлана Валерьевна	48-15-92 (доб. 240, 280)	vestnikgn@yandex.ru isakova69@list.ru
Экономические науки	Голиков Олег Иванович	48-76-96, 48-15-92 (доб. 219)	schetovod2000@yandex.ru
Юридические науки	Федосеева Ольга Юрьевна	48-73-07, 48-15-92 (доб. 115)	fedoseevaou@mail.ru