

Тольятти
№1 2018
Том 1
Филологические науки

ББК 80 я54



12+

Филологические науки

НАУЧНЫЙ
ЖУРНАЛ
**Вестник
Волжского
университета
имени В.Н. Татищева**

Основан в 1998 году
№ 1 (25) в 2-х томах, том 1, 2018
февраль 2018 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. т. н., доцент С.И. Трубачева

ОТВЕТСТВЕННЫЙ РЕДАКТОР: к. п. н., доцент Т.Б. Исакова

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ: д. филол.н., профессор Т.Н. Андреюшкина; д. филол.н., профессор Е.Ф. Арсентьева; д. филол. н., профессор Л.Г. Свитич; д. филол. н., профессор О.М. Скибина; д. филос.н., доцент И.В. Цветкова; д. филол. н., профессор М.В. Шкондин; к. филол. н., доцент С.Н. Лебедева; к. филол. н., доцент Т.Б. Стариннова

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

SCIENTIFIC EDITOR: S.I. Trubachova, Candidate of Technical Sciences, associate professor

EDITOR-IN-CHIEF OF SERIES: T.B. Isakova, Candidate of Pedagogical Sciences, associate professor

EDITORIAL BOARD: Doctor of Philological Sciences, professor T.N. Andreyushkina; Doctor of Philological Sciences, professor E.F. Arsentyeva; Doctor of Philological Sciences, professor L.G. Svitich; Doctor of Philological Sciences, professor O.M. Skibina; Doctor of Philosophy Sciences, associate professor I.V. Tsvetkova; Doctor of Philological Sciences, professor M.V. Shkondin; Candidate of Philological Sciences, associate professor S.N. Lebedeva; Candidate of Philological Sciences, associate professor T.B. Starinnova

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. 312

Тел.: 8(8482) 48-73-07, 28-84-58

E-mail: vestnik@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 19.02.2018.

Формат 60x84/8. Бумага офсетная.

Гарнитура TimesNewRoman.

Печать офсетная. Усл. п.л. 25,8.

Тираж 500 экз. Заказ № ???.

Отпечатано в типографии ВУиТ

445020, г. Тольятти,

ул. Ленинградская, 16

© Авторский коллектив, 2018

© Волжский университет имени В.Н. Татищева, 2018

Содержание

ЗАРУБЕЖНАЯ ФИЛОЛОГИЯ

<i>Голами Хосейн, Бейги Мохсен, Пулаки Парване</i> Категория «اطناب» [этнаб] и его разновидности в персидском языке.....	5
<i>Деньгина А.В.</i> Внутренняя форма фразеологических единиц английского языка с религиозным компонентом.....	8
<i>Диас Етсанет дель Валье</i> Семантический анализ фразеологических единиц, обозначающих детский возраст в английском и русском языках.....	16
<i>Звада О.В.</i> Манипулятивные особенности политического дискурса в англоязычных СМИ.....	23
<i>Стрельцова Е.В.</i> Сильные позиции художественного текста: начало и конец произведения (на материале произведений Р. Даля).....	31
<i>Фу Цзао</i> Анализ теории художественного перевода в России и Китае.....	38
<i>Чэнь Чжу</i> Культурологическая составляющая переводческих ошибок (на примере перевода романа Л.Н. Толстого "Война и мир" китайским переводчиком Цао Ином).....	45

ОТЕЧЕСТВЕННАЯ ФИЛОЛОГИЯ

<i>Али Наджа Хасан</i> Семантическая характеристика оценочной лексики, именующей персонажей, в художественных произведениях А.П.Чехова.....	53
<i>Дёрин Н.В., Залавина Т.Ю., Савинова Т.А.</i> Проблема сотворения инобытия в художественных исканиях Н. Гумилева и С.Т. Кольриджа.....	58
<i>Лебедева С.Н.</i> Поэтика рассказов о войне И.М. Касаткина.....	67
<i>Леонов В.А.</i> Ироничный детектив в контексте теории возможных миров.....	74
<i>Пригарина Н.К.</i> К вопросу о стилистических и риторических концепциях описания жанров речи.....	81

ЖУРНАЛИСТИКА И МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ

<i>Вихорева Л.Г.</i> История и культурология в информационном поле трэвел-журналистики: на примере СМИ России и Мальты.....	87
<i>Губанова М.И.</i> Специализированные издания как фактор формирования цифровой культуры журналиста (итоги пилотного проекта).....	97
<i>Демина И.Н.</i> Критерии эффективности и продуктивности научных исследований в сфере журналистики.....	105
<i>Исакова Т.Б.</i> Обзор зарубежных теорий медиаобразования.....	115

<i>Коханова Л.А.</i> Становление медиаобразования в России как результат взаимодействия педагогического и журналистского научного сообщества	121
<i>Макаренко Е.Ю.</i> Детские иллюстрированные журналы в условиях постсоветской трансформации.....	128
<i>Скибина О.М.</i> Иронический заголовок как средство выразительности в журналистской деятельности (на примере региональных газет)	138
<i>Фомина Д.А.</i> Комментарий в российской журналистике: особенности жанра, творческие приемы (на примере публикаций Ю. Щекочихина).....	147
<i>Фролова В.И.</i> Провокативные стратегии в заголовочном комплексе медиатекста: этический аспект	152
<i>Фролова Т.И.</i> Журналистская этика: особые ситуации и особые герои	163
<i>Шкондин М.В., Свитич Л.Г., Смирнова О.В.</i> Медиапубличность социальной практики: системные характеристики	173
<i>Щербакова Г.И., Ульянов М.А.</i> Научно-популярная публикация в СМИ: проблема теоретического обоснования.....	182
<i>Яковлева Т.В.</i> Основные подходы к исследованию трансформации газет в эпоху цифровизации. Анализ публикаций в зарубежных журналах.....	191
Сведения об авторах.....	197

ЗАРУБЕЖНАЯ ФИЛОЛОГИЯ

УДК: 81

ББК: 81

Голами Хосейн, Бейги Мохсен, Пулаки Парване
КАТЕГОРИЯ «اطناب [этнаб] И ЕГО РАЗНОВИДНОСТИ» В ПЕРСИДСКОМ ЯЗЫКЕ

Gholamy H., Beigi M., Poulaki P.

CATEGORY "اطناب [Etnab] AND ITS VARIANTS" IN THE PERSIAN LANGUAGE

Ключевые слова: اطناب [этнаб], персидский язык, избыточность, "حشو" [хаиш], "ايغال" [игаль], "تذليل" [тәзлил]

Keywords: اطناب [etnab], Persian language, verbosity, "حشو" [häiush], "ايغال" [igal], "تذليل" [täzliil]

Аннотация: данная работа посвящена теме «اطناب [этнаб]» в персидском языке. Вначале даётся короткое определение категории «речевой избыточности в персидском языке» с точки зрения разных знаменитых лингвистов. Далее рассматривается «اطناب [этнаб]» как разновидности данной категории, и подробно раскрываются характеристики разновидностей данного понятия. Целью настоящей работы является ознакомление читателей с категорией اطناب в персидском языке. Настоящей работой выводится, что اطناب как использование лишних слов и словосочетаний в речи передает речи эффектность и выразительность.

Abstract: this work is dedicated to the theme "اطناب [Etna]" in persian language. It will first give a short definition of the category "verbal redundancy in persian language" and then will be analysed the point of view of different famous linguists about this category. Further will be described different types of this category, and the characteristics of the varieties of this concept. The purpose of this paper is to familiarize readers with the category اطناب in persian language. The present work displays that اطناب as the use of superfluous words and phrases in speech, conveys the impression of speech and expression.

Общение между людьми осуществляется с помощью языка. Язык – «естественно возникающая в человеческом обществе и развивающаяся система облеченных в звуковую форму знаковых единиц, способная выразить всю совокупность понятий и мыслей человека и предназначенная прежде всего для целей коммуникации»¹. Для правильной передачи выражений и мыслей посредством языка необходимо соблюдать правила культуры речи и нормы литературного языка. «Культура речи – владение нормами устного и письменного литературного языка, а также умение использовать выразительные языковые средства в разных условиях общения в соответствии с целями и содержанием речи»². Под нормами литературного языка понимаются те правила, ко-

торые соответствуют реальной и правильной речевой практике, отражают закономерности языковой системы, подтверждаются и используются известными и авторитетными писателями³. При этом часто в речи появляются ошибки, вызывающие недопонимание у собеседника или читателя. С точки зрения М.Р. Львова, речевая ошибка – «неудачно выбранное слово, неправильно построенное предложение, искаженная морфологическая форма»⁴.

Нарушение правил культурной речи может встречаться в каждом языке, в том числе и в персидском языке. Одной из речевых ошибок в персидском языке является "زيادت لفظ بر" [зиадат-э лафз барь мანი] («избыточность»). В давние времена учёные и лингвисты, такие как А. Джорджани, К. Кашеф Са-

¹ Арутюнова Н.Д. Язык // Русский язык. Энциклопедия. – М.: Большая российская энциклопедия; Дрофа, 1997. – С.652.

² Русский язык: Энциклопедия. – М.: Большая Российская энциклопедия; Дрофа, 1979. – С. 119-120.

³ Горбачевич К.С. Нормы современного русского литературного языка. – М., 1981. – С. 19.

⁴ Львов М.Р. Речь младших школьников и пути ее развития. – М.: Просвещение, 1975. – С. 152.

бзвари, Ш. Рази, занимались исследованием речевой избыточности в персидском языке.

Больше всего они изучали одну из её разновидностей – «حشو» [хашв], а остальным, таким как «اطناب» [этнаб], не уделяли особенного внимания. В данной статье рассматривается «اطناب» [этнаб] и его разновидности. Следует сказать, что, хотя оба понятия относятся к одной и той же категории, они во многом отличаются. А. Джорджани пишет: «"حشو" [хашв] абсолютно неприятный потому, что не приносит пользу и ничего нового не прибавляет к высказыванию, а если его употребление было бы выгодно, то не называлось бы "حشو" (излишние слова)»¹. Нижеследующим примером разъясняется сказанное:

احاطه کردن از همه طرف "[ehate kârdân âz hâme târâf].

Словосочетание "احاطه کردن از همه طرف" [ehate kârdân âz hâme târâf] состоит из двух частей: "احاطه کردن" [ehate kârdân] («окружать») и "از همه طرف" [âz hâme târâf] («со всех сторон»), которые выражают одно и то же понятие разными словами и являются синонимами. В случае использования глагола "احاطه کردن" [ehate kârdân] считается излишним употребление словосочетания "از همه طرف" [âz hâme târâf]. Тогда вместо предложения "کردند" [mâra âz hâme târâf ehate kârdând] («окружили меня со всех сторон») необходимо сказать "کردند" [mâra ehate kârdând] («окружили меня»). Согласно мнению Г. Реза-Нежада, "اطناب" [этнаб] – «сообщение пригодной и любимой вести с использованием множества слов для того, чтобы привлечь к себе внимание собеседника»².

В настоящее время лингвисты, такие как С. Шамиса, Г. Реза Нежад, Дж. Хомаи, М. Эсфандиари, М. Данешгар, мало уделяют внимание данной категории в персидском языке, а число статей, посвящённых изучению «اطناب» [этнаб], не превышает десяти.

Ученые и специалисты по красноречию дают такое определение "اطناب" [этнаб]: «множество слов по сравнению со смыслом, пере-

даваемым ими». "اطناب" [этнаб] дословно переводится как «использование лишних слов и словосочетаний в речи, без которых значение предложения является полным и правильным, хотя его удаление не меняет смысла предложения, но используются для эффектности и выразительности высказывания»³.

С точки зрения специалистов по науке красноречия, таких как Г. Реза Нежад и И. Саадат, "اطناب" [этнаб] имеет следующие разновидности:

1. Объяснение определяемого слова несколькими близкими по значению прилагательными. Например;

روی او ماه و دیده اش اختر دست او ابر و سینه اش دریاست
(rouy-e u maho dideâsh âkhtar dâste u âbro sineâsh dâryast)

(перевод: ее лицо красиво как луна, глаза – как звезды, ее рука – облако, сердце – море). Данный принцип обусловлен тем, что тождественными по значению прилагательными определяется какое-либо слово, но каждое прилагательное отличается своими особенностями.

2. Выражение частного после общего.
پرستار امرش، همه چیز و کس بنی آدم و مرغ و مور و مگس

(pârâstare âmrâsh hâme chizo hâme kâs bâni adâmo morgho mouro mâgâs)

(перевод: прислушивают его, все люди и вещи – человек, курица, муравей и муха). В вышесказанном примере во втором полустииши перечисленные частные "بنی آدم و مرغ و مور و مگس" («человек, курица, муравей и муха») указаны для объяснения общего "همه چیز و همه کس" [hâme chiz-o hâme kâs] («все люди и вещи»). Первое полустииши вполне закончено, но второе дополняется тропом для большего разъяснения. Данная разновидность оказывается более важной по сравнению с другими. Писатели, лекторы и поэты неоднократно в своих произведениях прибегают к нему, с помощью него они делают предложения более выразительными.

3. Разъяснение неопределённого высказывания.

نمی خواهم که در چشمم نشینی که اینجا هم میان مردمان است

¹ Джорджани А. Секреты красноречия / Под ред. Гелмут Ринер. – Истамбул: министерство культуры, - 1954. – С. 19.

² Резанежад Г. Основы красноречия персидского языка. - Ал Захра, 1367. – С. 448.

³ Журнал персидского языка и литературы / Под ред. С. Саадат. – Тегеран. – С. 455.

(nemikhaâm ke dâr châshmam neshini ke inja hârn miâne mârdoman âst)

(перевод: не хочу, чтобы ты появилась в моих глазах, поскольку там же ты становишься видимой ими). Во втором полустихии объясняются причины действия (почему «не хочу, чтобы ты появилась в моих глазах»), о котором сказано в первом:

آسایش دو گیتی تفسیر این دو حرف است با
دوستان مروت، با دشمنان مدارا"

(asayeshe do giti tâfsire in do hârf âst ba doustan morovât, ba doshmânan modara)

(перевод: спокойствие и счастье в жизни оказывается в следующем: быть благодарным к друзьям и обходительным к врагам).

4. Утверждение путём повтора.

5.

بیاموزمت کیمیای سعادت ز هم صحبتی بد جدایی
جدایی"

(biamozâmât kimiaye sâadât ze hârn sohbâte bâd jodae jodae)

(перевод: научу тебя как стать счастливым: избегай дурного и неумного собеседника, друга, да избегай). В первом стихе говорящий намерен дать совет как обрести счастье, а во втором указывает путь к нему, повторением же слова он подчеркивает его важность.

6. " [иғаль] – употребление в предложении слова, без которого смысл речи все же остается полным. Повторение одного и того же слова является важным при использовании литературного приёма " مبالغه " [мобалегэ] («преувеличение»). "ايغال" [иғаль] имеет много значений. Самым подходящим в данном случае значением для "ايغال" [иғаль] является «преувеличение».

چون سرو و پسر و پر، مه و زهره چون ماه و بماه پر، گل و سوسن

(choun sârv o be sârv bâr, mâho zohre

choun mah o be mah bâr, gol o sousân)

(перевод: как кипарис высокие и похожие на кипарис – луна и Венера; как луна и похожие на луну цветы и лилии). В данном стихе характеризуется человек с помощью преувеличения и повторения.

7. " تذليل " [täzلیل] – данная подгруппа в науке " بلاغت " [белагât] представляет собой написание похожего предложения вслед за предыдущим. Оба предложения однозначны, второе лишь подтверждает смысл первого.

پس بد مطلق نباشد در جهان بد به نسبت باشد، این را
هم بدان

(pâs bâd e motlâgh nâbashâd dâr jâhan bvd bt nesbât bashâd in ra hârn bedan)

(перевод: абсолютного зла на свете не существует; узнай же, зло является относительным). Первое предложение полное и законченное, но с помощью однозначного ему второго предложения один и тот же смысл повторяется, что делает его более выразительным. Второе предложение тождественно первому по значению.

" زيادت لفظ بر معنی " [зиадât-э ләфз бәр мәни] в персидском языке делится на "اطناب" [этнаб] и "حشو" [hâshv], каждый из которых имеет свои свойства и разновидности. Данная научная работа посвящена изучению "اطناب" [этнаб] в персидском языке. На основе настоящей работе делается вывод, что "اطناب" [этнаб], появляется в речи либо неосознано или при незнании автора значения близких слов по значению, либо вымышлено им употребляется с целью разъяснения высказывания. Кроме того, в отличие от других разновидностей многословия в персидском языке, несмотря на то, что представляет собой множество слов по сравнению со смыслом, передаваемым ими, является поэтическим способом для выразительности и эффективности речи.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1- Арутюнова, Н.Д. Русский язык. Энциклопедия. – М.: Большая российская энциклопедия, Дрофа, 1997.
- 2- Горбачевич, К.С. Нормы современного русского литературного языка. – М., 1981.
- 3- Джорджани, А. Секреты красноречия// под редакцией Гелмут Ринер. – Истамбул.: министерство культуры. - 1954.
- 4- Журнал персидского языка и литературы // под редакции Саадат С. – Тегеран: изд-во Министерства культуры. – 1938.
- 5- Львов, М.Р. Речь младших школьников и пути ее развития. – М.: Просвещение, 1975.
- 6- Резанежад, Г. Основы красноречия персидского языка. - Ал захра, - 1367.
- 7- Русский язык: Энциклопедия. – М.: Большая Российская энциклопедия; Дрофа, 1979.

УДК: 811.111

ББК: 812

Деньгина А.В.

**ВНУТРЕННЯЯ ФОРМА ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ
АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА С РЕЛИГИОЗНЫМ КОМПОНЕНТОМ**

Dengina A.V.

**INNER FORM OF PHRASEOLOGICAL UNITS
OF THE ENGLISH LANGUAGE WITH RELIGIOUS COMPONENT**

Ключевые слова: фразеологическая единица, прозрачная внутренняя форма, затемненная внутренняя форма, этимологическая и актуальная внутренняя форма, религиозная лексика.

Keywords: phraseological unit, transparent inner form, erased inner form, etymological and actual inner form, religious terms.

Аннотация: в статье анализируется характер внутренней формы фразеологических единиц английского языка, имеющих в составе религиозную лексику. Выбор данной темы обусловлен значением внутренней формы как элемента, определяющего как особенности употребления и функционирования фразеологизмов в тексте, так и способы перевода. При этом в связи с тем, что внутренняя форма фразеологизмов является динамическим понятием и ее восприятие изменяется на разных этапах функционирования языка, изучение единиц с религиозным компонентом представляет особый интерес вследствие изменения роли религии в жизни общества и забвения многих религиозных практик. Также восприятие внутренней формы неодинаково у разных носителей языка и может быть обусловлено уровнем их образования и религиозной принадлежностью. Тем не менее изучение характера взаимосвязи между прототипами фразеологизмов и их значением позволило установить, что в большинстве случаев данная связь продолжает быть прозрачной, доступной для восприятия. Остальные случаи в статье систематизируются, и приводятся возможные причины затемнения внутренней формы. Отдельно рассматриваются мотивированные фразеологические единицы, этимологическая внутренняя форма которых со временем стала восприниматься иначе и заменилась актуальной.

Abstract: the article is devoted to the analysis of the inner form of the English phraseological units having religious terms in their component structure. The choice of the subject is determined by the importance of the notion of inner form for the use and contextual transformations as well as for the choice of methods of translation of phraseological units. Since the inner form is dynamic and its perception is liable to evaluate at different stages of the functioning of a language, the study of the inner form acquires special relevance owing to the changing role of religion and the obliteration of many religious customs. However, the study of the interrelation existing between the prototypes of phraseological units and their meaning, allowed to infer that in most cases that interrelation is transparent and easy for perception. The other cases are classified in the article, and the possible reasons for the erasure of inner form are stated. Special attention is paid to the motivated phraseological units, having the etymological inner form substituted by the actual one.

В настоящее время у фразеологов почти не осталось разногласий относительно роли внутренней формы фразеологической единицы – тот факт, что она играет существенную роль в составе фразеологического значения, является общепризнанным. Ведь фразеологические единицы по природе в

основной своей массе являются единицами экспрессивными, и именно внутренняя форма, вызывая в сознании представление о подобии между референтом и ситуацией, подразумеваемой прототипом фразеологической единицы, «воздействует на эмоциональную сферу коммуникантов и тем самым

усиливает воспринимаемое содержание – создает эффект экспрессивности»¹. Существенной признается также важность внутренней формы при формировании значения фразеологизма, а также функционировании фразеологической единицы в контексте.

В связи с этим в последнее время вопросы, связанные с внутренней формой (далее ВФ) фразеологических единиц (далее ФЕ), все чаще привлекают внимание лингвистов, однако специальных исследований, выполненных на материале иностранных языков, не так много². Что касается фразеологических единиц с религиозным компонентом, с этой точки зрения они отдельно еще не рассматривались, хотя изучение характера восприятия ВФ ФЕ на фоне изменения роли религии в жизни современного общества представляет особый интерес. Именно этому вопросу и посвящена данная статья.

В отечественной науке существуют разные подходы к пониманию сути внутренней формы фразеологизмов, различающиеся, в частности, в том, какое место в определении данного понятия отводится компонентам прототипа ФЕ.

С переходом лингвистики на постструктуралистский этап развития, с развитием таких дисциплин, как когнитивная лингвистика и лингвопсихология, ученые все чаще приходят к выводу о том, что понятие внутренней формы принадлежит к категориям человеческого мышления и напрямую связано с операциями над знаниями о мире, для которых буквальное прочтение идиомы служит лишь отправной

точкой³.

Так, в работах В.Н. Телия ВФ соотносится с термином психологии «гештальт», под которым понимается некий ассоциативно-образный комплекс или редуцированное представление – «редуцированный или типизированный слепок с образа той реальной или вымышленной ситуации, которая описывается прямым значением сочетания слов»⁴. Саму же ВФ В.Н. Телия описывает как способ организации значения ФЕ, фиксирующий вербальные ассоциации, несомыые «буквальным» прочтением идиомы, с исходным образом⁵.

В рамках когнитивно-семиологической парадигмы ВФ характеризуется как логико-семантический элемент, выступающий опосредующим звеном между значением ФЕ и обозначаемой предметной ситуацией, который обусловлен тем признаком предмета, который лежит в основе фразеологической номинации. ВФ понимается как формализованный семантический элемент, не сводящийся ни к ее этимологии, ни к ее актуальному значению, как «средство экспликации образа, служащего способом соотнесения предмета мысли и значения» ФЕ⁶.

Данная точка зрения развивается О.А. Воронковой, которая, также рассматривая ВФ как лингвокогнитивную категорию и отмечая ее принадлежность одновременно к двум плоскостям – когнитивной и языковой, понимает ее как мотивирующий признак, выделенный сознанием из первичной денотативной ситуации, на основе которой возникла ФЕ⁷. Так, ВФ русской ФЕ *два сапога пара*, по мысли автора, это – «рядоположенность, словно одно целое», в основе которой лежит признак «сходный, похожий, одинаковый», исходящий от лексического компонента пара – «два однородных предмета, вместе употребляемые и со-

¹ Телия В.Н. Семантика идиом в функционально-параметрическом отображении // Фразеография в Машинном фонде русского языка. М., 1990. С. 34.

² См. Калинина А.В. Сопоставительный анализ внутренней формы идиом русского и французского языков: автореферат дис. ... канд. филол. н. М., 2006. 19 с.; Оботнина, Е. В. Функционально-когнитивное описание актуализации внутренней формы английских фразеологических единиц в переводе: автореф. дис. ... канд. филол. н. Уфа, 2006. 28 с.; Салиева, Р.Н. Фразеологические единицы с прозрачной внутренней формой в английском и русском языках: автореферат дис. ... канд. филол. н. Казань, 2005. 25 с.; Сафина Р.А., Каюмова А.Р. Актуализация внутренней формы фразеологических единиц как переводческая проблема // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 11-2 (65). С. 133-137.

³ Баранов А.Н., Добровольский Д.О. Аспекты теории фразеологии. М., 2008. С. 114.

⁴ Телия В.Н. Цит. соч. С. 41.

⁵ Там же.

⁶ Алефиренко Н.Ф. Фразеология в свете современных лингвистических парадигм: монография. М., 2008. С. 62.

⁷ Воронкова О.А. Внутренняя форма фраземы как лингвокогнитивная категория: на материале русского языка: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Воронкова О. А. Белгород, 2010. С. 49.

ставляющие целое», то есть два одинаковых сапога всегда составят пару¹.

Д.О. Добровольский и А.Н. Баранов подходят к трактовке понятия ВФ в рамках классической лингвистики. В их работах внутренняя форма характеризуется как важная часть плана содержания ФЕ и определяется как «образ, фиксированный в плане содержания фразеологизма, а также осознаваемая носителем языка образная мотивация значения фразеологизма его составляющими – словами или морфемами»². Основное предназначение ВФ, по мнению авторов, заключается в фиксации способа указания на актуальное значение фразеологизма, который может быть представлен в семантических экспликациях ФЕ такими операторами, как «что описывается как», «в форме», «сопоставимое с ...», «что осмысливается как...»³. Например, значение ФЕ *получить от жилетки рукава* передается как «не получить ничего от ожидавшегося ресурса из-за его несправедливого распределения, что осмысливается как получение несуществующей части чего-либо»⁴.

А.В. Кунин понимает ВФ как значение прототипа ФЕ, с которым актуальное значение связано деривационными отношениями, при этом прототипы могут быть речевые – переменные словосочетания и предложения; языковые, свойственные идиофразеоматизмам по классификации автора и фразеологическим дериватам; внеязыковые, включающие различные экстралингвистические факторы; смешанные или межструктурные⁵.

В результате рассмотрения различных точек зрения, существующих в современной науке относительно определения сути ВФ ФЕ, можно заключить, что большинством ученых ВФ признается важным компонентом семантической структуры ФЕ и пони-

мается как промежуточное звено между свободносинтаксическим прототипом ФЕ и ее значением, представляющим собой некое схематичное, типизированное представление образа, на котором основано значение ФЕ.

Важной особенностью ВФ является то, что она представляет собой понятие не статическое, а динамическое, т.к. ее восприятие носителями изменяется на разных этапах развития языка. При этом данное явление непосредственно коррелирует с понятием мотивированности фразеологического значения, под которым мы, вслед за А.В. Куниным, понимаем его синхронную связь с буквальными значениями компонентов ФЕ⁶. При наличии такой связи в синхронном плане ВФ является «живой» у тех ФЕ, фразеологическое значение которых коррелирует с буквальными значениями компонентов. В случае же отсутствия деривационной связи между ФЕ и ее прототипом ВФ является либо «мертвой», если она была когда-то свойственна ФЕ в диахронном плане, либо «неустановленной», в ФЕ, этимология которых неизвестна⁷.

Тот факт, что ВФ является средством выражения мотивированности ФЕ, подтверждается и другими исследователями⁸. При этом в зависимости от характера ВФ мотивированность может быть синхронной (актуальной) или диахронной (этимологической). Так, мотивированные с позиций синхронии ФЕ обладают синхронной или актуальной ВФ, осознаваемой носителями языка на данном этапе функционирования ФЕ. В случае, если значение ФЕ без ретроспективного анализа никак не обусловлено значением ее компонентов, речь идет о диахронной или этимологической ВФ, которая опосредует этимологическое значение ФЕ и первоначальную денотативную ситуацию. При этом диахронная ВФ вплоть до определенного момента времени может квалифицироваться для носителей языка как син-

¹ Там же. С. 47.

² Баранов А.Н. Основы фразеологии / А.Н. Баранов, Д.О. Добровольский; Российский гос. гуманитарный ун-т, Ин-т лингвистики, Российская акад. наук, Ин-т русского языка им. В. В. Виноградова. 3-е изд. М.: Флинта: Наука, 2016. С. 130.

³ Баранов А.Н., Добровольский Д.О. Принципы семантического описания фразеологии // Вопросы языкознания. 2009. № 6. С. 23.

⁴ Там же. С. 25.

⁵ Кунин А. В. Курс фразеологии современного английского языка. Дубна, 2005. С. 195-203.

⁶ Там же. С. 200.

⁷ Там же. С. 204.

⁸ Воронкова О.А. Внутренняя форма фраземы как лингвокогнитивная категория: на материале русского языка: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Воронкова О. А. Белгород, 2009. С. 20.

хронная¹.

В сопоставительных исследованиях в отношении ВФ ФЕ, в которых присутствует семантическая связь фразеологического значения с прототипом, используется термин «прозрачная» ВФ, в случае же ее отсутствия – «затемненная»².

Цель нашего исследования заключается в рассмотрении характера ВФ ФЕ с религиозным компонентом в английском языке, для чего нами были отобрано и проанализировано 531 ФЕ АЯ.

В качестве ФЕ с прозрачной ВФ мы рассматривали синхронно мотивированные единицы, фразеологическое значение которых без специального ретроспективного этимологического анализа опосредуется образом, возникающим в результате целостного осмысления компонентов ФЕ. В АЯ к ФЕ с прозрачной ВФ нами отнесено 90% ФЕ или 477 единиц.

Так, в ФЕ *have bats (in your) in the bell-fry* (букв. иметь летучих мышей в колокольне) – быть эксцентричным или помешанным, значение основано на образе летучих мышей, живущих на колокольне, которые, побеспокоенные колокольным звоном, начинают безумно летать из стороны в сторону³, т.е. «неадекватность поведения человека сопоставляется с безудержным поведением летучих мышей в замкнутом пространстве».

Значение фразеологизма *broad church* (букв. широкая церковь) – организация, включающая большое количество участников с разными мнениями⁴, построено на переосмыслении хорошо известного носителям языка названия одного из течений, существующих внутри Англиканской церкви, имеющего название Широкая церковь, одновременно включающие протестантские, католические и собственно англиканские

элементы⁵.

Также очевидным для языкового сознания говорящих является значение таких ФЕ, как *crowning glory* (букв. венчающий нимб) – разг. лучшая и самая заметная сторона чего-либо, в форме указания на ореол, обрамляющий лик святого на иконе, обыкновенно выделяемый золотом и соответственно привлекающий внимание; или ФЕ *till (to) the crack of doom* (букв. до грохота Страшного Суда) ≈ (обыкн. ирон.) до второго пришествия⁶, что осмысляется как бесконечно долгий период времени и описывается как «период, ограниченный моментом, который с атеистической точки зрения никогда не должен иметь места», подразумевая гром, возвещающий начало Страшного Суда согласно Апокалипсису.

Кроме того, определенные компоненты традиционно вызывают в сознании определённые ассоциации, на которых и основывается прозрачность ВФ. Так, компонент *devil / дьявол* ассоциируется с неприятностью – именно такая ассоциация мотивирует ФЕ *better the devil you know (than the one you don't)* (букв. лучше известное зло, чем неизвестное), означающую, что лучше потерпеть что-то неприятное, но хорошо знакомое, чем столкнуться с еще большей другой неприятностью⁷.

Angel / ангел символизирует нечто в высшей степени хорошее, что мотивирует ФЕ *like an angel* (букв. как ангел) – боже-ственно, бесподобно⁸, ВФ которой прозрачна – «так хорошо, как могут только высшие существа, ангелы». При этом, в зависимости от того, какой признак положен в основу переосмысления, компонент *angel* может также вызывать ассоциации и с белым цветом – именно из-за нежного белого цвета бисквит называют *angel food* (букв. пицца ангелов)⁹.

Кроме того, в исследованиях, посвященных изучению ВФ ФЕ, описаны случаи, когда этимологическая ВФ, имплицитно

¹ Там же. С. 17-19.

² Сафиуллина Г.Р. Фразеологические единицы с затемненной внутренней формой в английском и турецком языках : дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.20 / Сафиуллина, Гульшат Рафаилевна. Казань, 2000. С. 48.

³ Siefring J. The Oxford Dictionary of Idioms. Oxford, 2004. P. 16.

⁴ Walter E. Cambridge idioms dictionary, Cambridge, P. 52.

⁵ Ревуненкова Н.В. Протестантизм. СПб., 2007. С. 110.

⁶ Кунин А.В. Англо-русский фразеологический словарь. М., 1984. С. 178.

⁷ The Oxford Dictionary of Idioms. P. 23.

⁸ Англо-русский фразеологический словарь. С. 44.

⁹ Там же. С. 289.

щая исходный образ, на котором изначально построено переосмысление, забывается, но ФЕ для носителей языка не перестает быть мотивированной, т.к. этимологическая ВФ сменяется актуальной, прозрачно мотивирующей фразеологическое значение¹.

А.Г. Назарян называет такое явление ложной или субъективной мотивацией и связывает его со способностью человека к абстрактному мышлению, когда говорящий стремится соотнести со значением употребляемой единицы образы, вызываемые в его сознании реальными синтаксическими связями компонентов ФЕ благодаря их смысловой связи с соответствующими словами свободного употребления².

Действительно, в некоторых случаях знание этимологической ВФ не является обязательным для правильного понимания говорящими фразеологического значения, т.к. трактовка ВФ эволюционирует, и этимологическая ВФ может заменяться актуальной.

Например, фразеологическое значение ФЕ *rob Peter to pay Paul* (букв. обокрасть Питера, чтобы рассчитаться с Полом) – отдать одни долги, чтобы сделать новые мотивируется ВФ, заключающейся в противопоставлении «взять у одного лица, пусть и незаконным способом, чтобы заплатить другому». При этом в диахронном плане лица, о которых идет речь в данной ФЕ – святой Петр и святой Павел, а факт экспроприации, который, этимологически лежит в основе образности данной ФЕ, возможно, связан с изъятием собственности церкви святого Петра в Вестминстере с целью финансирования работ по ремонту собора святого Павла в 1800 г.³, то есть изначальная ВФ могла выглядеть как «навредить одному делу, чтобы сделать другое».

Актуальная ВФ ФЕ *between the devil and the deep blue sea* (букв. между дьяволом и глубоким синим морем) – в безвыходном положении; ≈ между молотом и наковальней⁴, может быть описана как – между двух

неприятностей, представляемых в виде нечистой силы и водной преграды, что в достаточной мере мотивирует данную ФЕ в синхронном плане. Однако данная ФЕ этимологически не имеет отношения к религии, а восходит к мореходству, и *devil* в данном контексте относится, вероятно, к некоей труднодоступной части обшивки корабля. Изначально образность в данном случае построена на переосмыслении ситуации, когда матросу, чтобы укрепить эту обшивку, приходилось сильно рисковать упасть в море, пытаясь до нее добраться⁵.

Таким же образом понимание ФЕ *ring the changes* (букв. звонить вариации) – бр. изменять, варьировать что-либо обусловлено многозначностью компонента *changes*, первое значение которого – перемена, изменение в достаточной мере обуславливает понимание данной ФЕ говорящими, хотя этимологически она восходит к практике колокольного звона, где *to ring the changes* означает звонить в различной последовательности в определенное количество колоколов, имеющих разные ноты⁶.

Рассмотрев ФЕ с прозрачной ВФ, следует отметить тот факт, что у большей части, а именно у 90% ФЕ АЯ с религиозным компонентом, сохраняется живая семантическая связь между компонентами ФЕ и словами свободного употребления, что подтверждает тот факт, что ФЕ по природе своей являются образными мотивированными единицами языка и стремятся сохранить свою мотивированность.

Не всегда значение ФЕ имеет синхронную деривационную связь с компонентами ФЕ. В том случае, если целостное осмысление компонентного состава ФЕ не позволяет вывести фразеологическое значение, ВФ ФЕ является затемненной. В АЯ к данной категории относится 51 ФЕ или 10% от общего количества выявленных ФЕ с религиозным компонентом.

Согласно А.В. Кунина, забвение ВФ, т.е. нарушение деривационной связи между ФЕ и ее прототипом, возникает в следующих случаях: исчезновение реалии или ситуации, обозначаемой прототипом, а также

¹ Воронкова О.А. Цит. соч. С. 19.

² Назарян А.Г. Фразеология современного французского языка. М., 1987. С. 140.

³ Ammer C. The American Heritage Dictionary of Idioms. Boston, 2013. P. 378.

⁴ Англо-русский фразеологический словарь. С. 208.

⁵ Sinclair J. Collins COBUILD Idioms Dictionary. Glasgow, 2012. P. 114.

⁶ Ibid. P. 76.

при экспрессивном переосмыслении или искажении компонентов ФЕ¹.

Наше исследование показало, что среди английских ФЕ с религиозным компонентом чаще всего демотивация ВФ вызвана исчезновением некой традиции, реалии или просто забвением первоначальной денотативной ситуации – таких ФЕ выявлено 30.

Так, образность ФЕ *play devil's advocate* (букв. играть адвоката дьявола) – в споре поддерживать точку зрения, противоречащую личному мнению этимологически восходит к католической процедуре канонизации, во время которой одно из духовных лиц должно было выступать против канонизации, что и называлось «служить адвокатом дьявола»².

Затемненной в настоящее время представляется ВФ двух ФЕ АЯ *get short shrift from smb* (букв. получить короткую исповедь от кого-либо) – не удостоиться внимания со стороны кого-либо и *give sb/smith short shrift* (букв. предоставить кому-либо короткую исповедь) – обойти что-либо, кого-либо вниманием т.к. это вызывает отрицательные эмоции или слишком мало интереса. Однако связь между прототипом ФЕ и ее значением объясняется существовавшим в прошлом обычаем предоставлять осужденным на казнь преступникам несколько минут для исповеди перед казнью³.

ФЕ (*do smth*) *on a wing and a prayer* (букв. сделать что-либо на крыле и на молитве) – действовать, не имея подготовки, с очень маленькими шансами на успех стала употребительной благодаря песне американского поэта-песенника Харольда Адамсона 'Comin' in on a Wing and a Prayer'. Он же, в свою очередь, взял выражение из разговора военного летчика того времени с наземными службами перед вынужденной посадкой⁴. ВФ в данном случае может быть представлена как «действовать с очень маленькими шансами на успех, что описывается посредством сопоставления с действиями летчика при вынужденной посадке в

отсутствии иных средств помощи кроме молитвы и крыльев собственного самолета».

К обряду отлучения от церкви восходит образность ФЕ *bell, book, and candle* (букв. колокол, книга и свеча) – ирон. шутл. решительно, бесповоротно, в заключении которого закрывалась служебная книга, тушилась свеча и звенел похоронный колокол, в знак духовной смерти отлученного⁵.

Применительно к ФЕ с религиозным компонентом в рамках данной категории отдельно следует выделить категорию ФЕ, ВФ которых не может быть классифицирована как прозрачная, поскольку денотат ФЕ имеет отношение к исповеданию одной конкретной религиозной деноминации, которая не является преобладающей для англоговорящих стран, и, следовательно, ее ВФ может не обладать достаточным мотивационным потенциалом для всех носителей языка. К таким ФЕ, на наш взгляд, относится выражение *a sabbath day's journey* (букв. путешествие в шаббатный день) – недолгое и неутомительное путешествие, значение которой обусловлено тем, что, согласно еврейскому закону, в субботный день евреям разрешалось путешествовать не далее, чем на определенное расстояние (около одного километра) – в Библии говорится, что Масличная гора располагается от Иерусалима на расстоянии «путешествия в день Шабат»⁶.

То же справедливо и в отношении ФЕ *the whole megillah* (букв. «целая Мегила») – что-либо целиком, в полном объеме, особенно о чем-либо многоаспектном и сложном, где компонент *megillah* в еврейской традиции употребляется в отношении каждой из пяти книг еврейской Библии (Песнь Песней, Руфь, Плач Иеремии, Эккlesiаст и Эстер)⁷, что и проясняет ВФ данной ФЕ.

В 28% случаев демотивация ВФ обусловлена экспрессивным переосмыслением прототипа, вследствие которого компоненты ФЕ теряют семантическую связь с соответствующими словами свободного употребления. Больше всего подобных случаев выявлено среди ФЕ, имеющим в составе

¹ Кунин А. В. Курс фразеологии современного английского языка. Дубна, 2005. С. 201.

² The Oxford Dictionary of Idioms. P. 77.

³ Collins COBUILD Idioms Dictionary. P. 403

⁴ The Oxford Dictionary of Idioms. P. 315.

⁵ Ibid. P. 21.

⁶ Ibid. P. 251.

⁷ Ibid. P. 186.

компонент *hell* / *ad: be hell for smth* (**букв.** *быть ад за что-либо*) – *разг. быть всей душой за что-либо, get the hell out of here* (**букв.** *отправляйтесь ад отсюда*) – *разг. груб. убирайтесь отсюда ко всем чертям!, hope (wish) to hell* (**букв.** *хотеть до ада*) – *разг. чертовски хотеть*.

Меньше всего выявлено случаев, когда ВФ не мотивирует значение ФЕ вследствие искажения компонентного состава ФЕ, перехода слов-компонентов в разряд архаизмов или диалектизмов, а также иных моментов, препятствующих соотносению компонентов ФЕ со словами свободного употребления – таких ФЕ в АЯ 8.

Так, осознание ВФ ФЕ *a bully pulpit* (**букв.** *первоклассная кафедра проповедника*) – *амер. должность, которую можно использовать для убеждения других* затрудняет тот факт, что в современном английском языке компонент *bully* в первую очередь воспринимается как существительное «задира, хулиган», не имеющее никакой связи со значением данной ФЕ. На самом же деле создатель данного выражения Теодор Рузвельт употребил его в значении «отличный», которое является разговорным американизмом¹.

По той же причине затемненной представляется ВФ ФЕ *know someone in the biblical sense* / *but not in the biblical sense* (**букв.** *знать кого-либо в библейском смысле*) – *иметь (не иметь) сексуальных отношений с кем-либо*, т.к. глагол *know* в данном случае употреблен в устаревшем значении, которое ассоциируется с библейским контекстом, ср. цитату из Книги Бытия 4:1: «And Adam knew Eve his wife; and she conceived, and bare Cain»².

Причиной затемнения ВФ может быть наличие в компонентном составе ФЕ архаизмов, каковым является, например, компонент *speed* – *уст. успех* в ФЕ *bid (wish) smb. God speed* (**букв.** *пожелать кому-либо Божьей скорости*) – *пожелать удачи кому-либо*³.

В некоторых случаях ВФ демотивиру-

ется вследствие эволюции компонентного состава ФЕ как в случае с выражением *by George!* (**букв.** *именем Георгия*) – *Боже мой! ей Богу!* (*восклицание, выражающее восхищение, досаду, удивление*) первоначально представлявшего собой *by Saint George!*⁴, т.е. этимологическая ВФ заключалась в призвании одного из самых популярных святых в Англии.

К факторам, затрудняющим соотношение образа, создаваемого компонентами ФЕ, с фразеологическим значением, относится также присутствие в составе ФЕ иностранных слов. Так, прототипом фразеологизма *ex cathedra* (**букв.** *с кафедры*) – *официально, авторитетно* является латинское словосочетание, которое в буквальном смысле относится к заявлениям, произносимым Папой Римским со своего трона. Этимологически значение данной ФЕ объясняется тем, что согласно католической доктрине, заявления Папы относительно вопросов веры или морали, сделанные с епископского трона, являются непогрешимыми, и впоследствии фраза стала употребляться относительно заявлений высокопоставленных лиц⁵.

В результате изучения характера ВФ ФЕ английского языка с религиозным компонентом можно сделать вывод о том, что, несмотря на уменьшение роли религии в жизни западного общества на современном этапе развития и забвение многих религиозных традиций и практик, большая часть рассмотренных ФЕ имеют прозрачную ВФ, то есть их значение является интуитивно понятным носителям языка за счет логико-семантической связи, сохраняющейся между компонентами ФЕ и ее значением. При этом деривационная связь между прототипом ФЕ с религиозным компонентом и фразеологическим значением может нарушаться по таким причинам как исчезновение определенной религиозной традиции, отношение денотата ФЕ к религиозной деноминации, не являющейся преобладающей в стране, а также экспрессивное переосмысление компонентного состава ФЕ или его искажение.

¹ Dictionary by Merriam-Webster [Электронный ресурс], URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/bully%20pulpit> (дата обращения: 20.12.2017).

² The Oxford Dictionary of Idioms. P. 164.

³ Англо-русский фразеологический словарь. С. 706.

⁴ Там же. С. 309.

⁵ Dictionary by Merriam-Webster [Электронный ресурс], URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/ex%20cathedra> (дата обращения: 20.12.2017).

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Алефиренко, Н.Ф. Фразеология в свете современных лингвистических парадигм: монография. - М.: ЭЛПИС, 2008. - 270 с.
2. Баранов, А.Н., Добровольский Д.О. Аспекты теории фразеологии. - М.: Знак, 2008. - 656 с.
3. Баранов, А.Н. Основы фразеологии / А.Н. Баранов, Д.О. Добровольский; Российский гос. гуманитарный ун-т, Ин-т лингвистики, Российская акад. наук, Ин-т русского языка им. В.В. Виноградова. - 3-е изд. - М.: Флинта: Наука, 2016. - 307 с.
4. Баранов, А.Н., Добровольский Д.О. Принципы семантического описания фразеологии // Вопросы языкознания. - 2009. - № 6. - С. 21-34.
5. Воронкова, О.А. Внутренняя форма фраземы как лингвокогнитивная категория: на материале русского языка: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / О.А. Воронкова. - Белгород, 2009. - 22 с.
6. Воронкова, О.А. Внутренняя форма фраземы как лингвокогнитивная категория: на материале русского языка: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / О.А. Воронкова. - Белгород, 2010. - 206 с.
7. Дубицкая Е.В. Проблемы мотивации значений идиом русского языка: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Е.В. Дубицкая. - М., - 243 с.
8. Калинина, А.В. Сопоставительный анализ внутренней формы идиом русского и французского языков: автореферат дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20 / А.В. Калинина. - М., 2006. - 19 с.
9. Ковалевская, Л.А. Внутренняя форма как источник семантической мотивации и культурной коннотации фразеологизмов русского языка: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Л.А. Ковалевская. - Новгород, 2010. - 232 с.
10. Кунин, А.В. Курс фразеологии современного английского языка. - Дубна: Феникс+, 2005. - 488 с.
11. Кунин, А.В. Англо-русский фразеологический словарь. - 4-е изд. / А.В. Кунин. - М.: Рус. язык, 1984. - 944 с.
12. Назарян, А.Г. Фразеология современного французского языка. - М.: Высш. шк., 1987. - 287 с.
13. Оботнина, Е.В. Функционально-когнитивное описание актуализации внутренней формы английских фразеологических единиц в переводе: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20 / Е.В. Оботнина. - Уфа, 2006. - 28 с.
14. Ревуненкова, Н.В. Протестантизм. - СПб.: Питер, 2007. - 224 с.
15. Салиева, Р.Н. Фразеологические единицы с прозрачной внутренней формой в английском и русском языках: автореферат дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20 / Р.Н. Салиева. - Казань, 2005. - 25 с.
16. Сафина, Р.А., Каюмова, А.Р. Актуализация внутренней формы фразеологических единиц как переводческая проблема // Филологические науки. Вопросы теории и практики. - 2016. - № 11-2 (65). - С. 133-137.
17. Сафиуллина, Г.Р. Фразеологические единицы с затемненной внутренней формой в английском и турецком языках: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20 / Г.Р. Сафиуллина. - Казань, 2000. - 257 с.
18. Телия, В.Н. Семантика идиом в функционально-параметрическом отображении // Фразеология в Машинном фонде русского языка. - М.: Наука, 1990. - С. 32-48.
19. Ammer, C. The American Heritage Dictionary of Idioms. Boston: Houghton Mifflin Harcourt, 2013. 512 p.
20. Dictionary by Merriam-Webster [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.merriam-webster.com> (дата обращения: 20.12.2017).
21. Siefing, J. The Oxford Dictionary of Idioms. Oxford: Oxford University Press, 2004. 352 p.
22. Sinclair, J. Collins COBUILD Idioms Dictionary. Glasgow: HarperCollins, 2012. 530 p.
23. Walter, E. Cambridge idioms dictionary, 2nd edn. Cambridge: Cambridge University Press, 519 p.

УДК: 811

ББК: 81

Диас Етсанет дель Валье

**СЕМАНТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ,
ОБОЗНАЧАЮЩИХ ДЕТСКИЙ ВОЗРАСТ В АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ**

Díaz Y.D.

**SEMANTIC ANALYSIS OF PHRASEOLOGICAL UNITS WITH THE MEANING
OF THE AGE OF CHILDHOOD IN THE ENGLISH AND RUSSIAN LANGUAGES**

Ключевые слова: фразеологические единицы, фразео-семантические группы, семантический анализ, возрастные периоды, детский возраст, сопоставительный анализ.

Keywords: phraseological units, phraseo-semantic groups, semantic analysis, stages of age, age of childhood, comparative analysis.

Аннотация: статья посвящена изучению семантики фразеологических единиц, обозначающих детский возраст в английском и русском языках. Целью исследования является выявление общих и специфических особенностей вторичной номинации детского возраста с помощью фразеологических единиц в сопоставительном аспекте. Анализу подлежат 26 ФЕ русского языка и 57 фразеологизмов английского языка, имеющих разные структуры в обоих сопоставляемых языках. Языковые единицы распределены в зависимости от их значения (интегральных и дифференциальных сем), а также отдельных периодов детского возраста: новорожденности и грудного возраста, дошкольного и школьного возраста, в том числе подросткового возраста.

Abstract: the article is devoted to the semantic study of phraseological units designating children's age in the English and Russian languages. The aim of the research is to reveal common and specific features of secondary nomination of childhood with the help of phraseological units in the aspect of comparison. 26 Russian phraseological units and 57 English phraseologisms having different structures in both compared languages are under analysis. Linguistic units are distributed according to their meaning (integral and differential semes) as well as according to separate periods of childhood: newborns, nursery age and school age, including the period of adolescence.

Проведенный нами анализ диссертационных работ показал, что фразеологические единицы, обозначающие возраст человека, отдельно не становились объектом диссертационного исследования, тем более в сопоставительном аспекте¹. Как правило,

русские ученые обращались к анализу самого концепта «возраст человека» и его структуры или к изучению составляющих его концептов типа «детство», «молодость», «старость». Предметом исследования также становилась вербализация концепта «возраст» в произведениях различных жанров. Именно поэтому можно считать, что изучение семантики фразеологических единиц понятийной сферы «возраст человека» яв-

¹ Авдеева, О.А. Средства выражения концепта «возраст» в английском языке / О.А. Авдеева. – Автореф. дис. ... канд. филол. наук. 10.02.04. Санкт-Петербург, 2008. 22 с.; Бабарыкина, Т.С. Вербализация концепта «child» на материале произведений Дж.К. Роулинг / Т.С. Бабарыкина. – Автореф. дис. ... канд. филол. наук. 10.02.04. Белгород, 2010. 23 с.; Блинова, И.С. Концепт «старость» в русской и немецкой лингвокультурах / И.С. Блинова. – Автореф. дис. ... канд. филол. наук. 10.02.20. Волгоград, 2009. 22 с.; Волкоморова, О.Б. Лексика возрастной стратификации в русском языке и речи / О.Б. Волкоморова. – Автореф. дис. ... канд. филол. наук. 10.02.01. Тюмень, 2006. 24 с.; Калюжная, И.А. Концепт «детство» в немецкой и русской лингвокульту-

рах / И.А. Калюжная. – Автореф. дис. ... канд. филол. наук. 10.02. 20. Волгоград, 2007. 23 с.; Крючкова, Н.В. Концепты возраста (на материале русского и французского языков) / Н.В. Крючкова. – Автореф. дис. ... канд. филол. наук. 10.02.19. Саратов, 2003. 24 с.; Крючкова, Н.В. Роль референции и коммуникации в концептообразовании и исследовании концептов (на материале русского, английского, французского языков) / Н.В. Крючкова. – Автореф. дис. ... докт. филол. наук. 10.02.19. Саратов, 2009. 48 с. и др.

ляется весьма актуальным направлением лингвистических исследований.

Основными методами исследования являются: сопоставительный, метод фразеологического описания, компонентный (семный анализ структуры фразеологического значения).

Словарь С.И. Ожегова характеризует возраст как «период, ступень в развитии, росте человека, животного, растения»¹. Википедия отмечает, что «Обычно под словом "возраст" понимается календарный возраст (паспортный возраст, хронологический возраст), при котором не учитываются факторы развития организма. Наблюдаемые отличия индивидуальных особенностей развития организма от средних показателей послужили основанием для введения понятия "биологический возраст", или "возраст развития"»².

Биологический возраст в свою очередь имеет возрастную периодизацию, которая обозначает периодизацию «развития человека от момента зачатия (либо от момента рождения) и до момента смерти, и соответствующие этому определения возрастных границ этапов в жизни человека, принятая в обществе система возрастной стратификации»³. Также отмечается, что возрастные периоды являются теми или иными сроками, временными промежутками, необходимыми для завершения определенного этапа «морфологического и функционального развития отдельных тканей, органов, систем организма и всего организма в целом»⁴.

В «Медицинской энциклопедии» различаются следующие возрастные периоды человека:

1. Детский возраст — от рождения до начала полового созревания (12-13 лет);
2. Подростковый возраст — от 12-13 до 16 лет у девочек и от 13-14 до 17-18 лет у мальчиков;
3. Юношеский возраст — от 16 до 25 лет у женщин и от 17 до 26 лет у мужчин;

¹ Ожегов, С.И. Словарь русского языка / С.И.Ожегов. - М.: Русский язык, 1978. С. 86.

² Википедия. Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Возраст>

³ Википедия. Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Возрастная_периодизация

⁴ Студопедия. Режим доступа: https://studopedia.su/2_54040_vozrastnie-periodi.html

4. Взрослый возраст — от 25 до 40 лет у женщин и от 26 до 45 лет у мужчин;

5. Зрелый возраст — от 40 до 55 лет у женщин и от 45 до 60 лет у мужчин;

6. Пожилой возраст — от 55 до 75 лет у женщин и от 60 до 75 лет у мужчин;

7. Старческий возраст — свыше 75 лет у женщин и мужчин.

Также предлагается выделять специальный возраст долгожителей для лиц 90 лет и старше⁵.

В Википедии подростковый возраст относится к возрастному периоду у детей, а возрастные периоды взрослого человека делятся на юношеский, зрелый возраст первого периода (мужчины 21-35 лет, женщины 20-35 лет), зрелый возраст второго периода (мужчины 35-60 лет, женщины 35-55 лет), пожилой возраст (55/60 — 75 лет) и старческий возраст (75-90 лет). К долгожителям относятся люди в возрасте 90 лет и старше⁶. В то же время в целом ученые выделяют три основных периода жизненного цикла человека:

1. Период роста и развития, становления функциональных систем, продолжающийся до возраста морфологической, половой, психологической зрелости;

2. Период относительной стабильности, зрелости функциональных систем организма;

3. Период угасания, ослабления и деструкции функциональных систем во время старения организма, который наступает после прекращения репродуктивной функции⁷.

Учитывая мнения ученых, а также тот факт, что абсолютное большинство фразеологических единиц со значением возраста были созданы народами — носителями языков без знания научных данных о точных возрастных периодах жизни человека, а учитывая только народный опыт, мы, на основании семантики изучаемых единиц, выделяем следующие фразео-семантические группы (ФСГ):

⁵ Медицинская энциклопедия. Режим доступа: <https://medical-enc.ru/3/vozzrast.shtml>

⁶ Википедия. Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Возрастная_периодизация

⁷ https://studopedia.su/2_54040_vozrastnie-periodi.html

1. ФСГ со значением «детский возраст», включающую в себя также фразеологические единицы, относящиеся к описанию подросткового возраста;

2. ФСГ со значением «юношеский возраст»;

3. ФСГ со значением «зрелый возраст», объединяющую ФЕ с обозначением взрослого и зрелого возраста, или зрелого возраста первого и второго периода;

4. ФСГ со значением «старый возраст», поскольку, во-первых, фразеологических единиц, обозначающих «пожилой возраст» крайне ограниченное количество, во-вторых, в ряде случаев, значение фразеологизма может объединять понятия «пожилой возраст» и «старческий возраст»;

5. ФСГ единиц так называемой обобщенной семантики «возраст». В данную группу входят фразеологические единицы, обозначающие возраст в целом, объединяющие два возрастных периода, противопоставляющие молодость и старость, поскольку многое, что связано с человеком, является неоднозначным и сложным, порой не поддающемуся строгому математическому анализу.

Первым возрастным периодом, выделяемым исследователями, является детский возраст, который представлен достаточно большим количеством единиц в обоих сопоставляемых языках. В то же время обращает на себя внимание значительное количественное различие отобранных для анализа единиц — 26 ФЕ в русском языке и 57 фразеологизма в английском.

В обоих сопоставляемых языках данная фразео-семантическая группа включает в себя фразеологические единицы разной структуры. В значительном объеме представлены фразеологизмы со структурой предложения: «little pitchers have big ears», «у семи нянек дитя без глазу». Субстантивные фразеологические единицы также занимают значительную долю исследуемого нами материала: «a slip of a boy (a girl)», «бесштанная команда». Далее по численности идут адъективные и адвербиальные ФЕ: «as good as gold», «с ноготок»; «from a boy», «с глупых (малых) лет». Только в английском языке в данную группу входят глагольные ФЕ: «gun wild», «learn smth at one's

mother's knee».

Наличие только ядерной семы детского возраста характерно для очень ограниченного количества фразеологических единиц: 4 в английском и 3 в русском языке. Данные фразеологизмы непосредственно называют детей без других дополнительных характеристик или обозначение периода возраста «с детства»: «tender age», «the olive branch», «from a boy», «the little ones», «бесштанная команда», «под стол пешком ходит», «с глупых (малых) лет».

Детский период не рассматривается исследователями как нечто неделимое, в нем выделяются период новорожденности и грудной возраст, ясельный (или дошкольный) возраст, школьный возраст с дальнейшим подразделением на младший и старший школьный возраст. Старший школьный возраст охватывает подростковый возраст. Нами отмечается интересное явление: только в английском языке имеется фразеологическая единица, обозначающая еще не родившегося ребенка, находящегося в утробе матери, т.е. в период внутриутробного развития. Это устаревшее выражение, заимствованное из голландского языка, «jack in the low cellar». В то же время только в русском языке нами были обнаружены два фразеологизма, обозначающие период новорожденности и грудной возраст: «с (от) колыбели» - «с младенческих лет, с раннего возраста» и «божья прибыль» - «о новорожденном».

Дополнительная сема «очень маленький, крошечный по размеру» характерна для фразеологических единиц, обозначающих детей преддошкольного возраста: «knee-high to a grasshopper» - «кузнечнику по колено, очень маленький, крошечный, малюсенький», «a little thing» - «малютка, крошка», «с ноготок» - «очень маленький, крошечный», «мал мала меньше» - «один меньше другого. О нескольких маленьких детях», мальчик с пальчик в первом значении «персонаж народных сказок — крошечный мальчик, действующий весьма умно и с большой находчивостью».

Дети также характеризуются с точки зрения их личных качеств, и в этом отношении английский язык предоставляет нам богатый выбор. Ребенок может характеризоваться

ваться как послушный или, наоборот, трудный или самодовольный: «as good as gold» - «золото, а не ребенок, послушный», «a problem child» - «трудный ребенок», «Jack Horner» - «самодовольный мальчик». Также отмечается талант ребенка: an infant-phenomenon (prodigy) - «чудо-ребенок, вундеркинд», его физические данные: «a slip of a boy (a girl)» - «худышка, тростиночка (о мальчике или о девочке)». Особо следует отметить отношение к ребенку как рожденному в результате любви его родителей или рожденному вне брака: «the seal of love» - «залог любви, ребенок», «a natural child» - «внебрачный ребенок». Также в качестве характерной черты маленьких детей отмечается их любопытство: «little children have big ears» - «маленькие дети имеют большие уши, маленькие дети любопытны».

Как показывает ряд приведенных выше примеров, в качестве дополнительных сем также могут служить семы гендерной принадлежности детей, при этом большая часть фразеологических единиц относится к обозначению детей обоего пола. В то же время только для обозначения мальчиков служат ряд фразеологизмов, которые помимо семы принадлежности к мужскому полу имеют в своем компонентном составе дополнительные семы характера и склада ума: «Jack Horner», «a little man» - «маленький мужчина» (о мальчике), «маменькин сынок — батюшкин горбок» - «материн любимец вырастает в семье эгоистом», «мальчик с пальчик». Ряд данных фразеологизмов имеют яркую образность. Так, например, хулиганистые и грубые мальчишки характеризуются следующим образом: «little boys are made of rats and snails and puppy-dog tail» (букв. маленькие мальчики сделаны из крыс, улиток и собачьих хвостов). Большой аппетит растущих мальчиков живописуется также с помощью яркого образа: «a small boy is an appetite with skin drawn over it» (букв. маленький мальчик — это аппетит с кожей, натянутой сверху).

В отличие от русского языка, в английском языке мы обнаруживаем ряд фразеологизмов, характеризующих девочек. Так, шутивное выражение a bread and butter miss обозначает школьницу, девочку школьного возраста без конкретного опре-

делиния периода школьного возраста. В отличие от мальчиков, девочки описываются с помощью образов положительных и вызывающих приятные чувства: «little girls are made of sugar and spice and everything nice» (букв. маленькие девочки сделаны из сахара и специй и всего приятного). Кроме того, английские пословицы предостерегают девочек от соблазна свистеть сквозь зубы: «a whistling girl and a crowing hen always end in the devil's den» (букв. свистящая девочка и поющая петухом курица всегда заканчивают в берлоге дьявола), «when a girl whistles, the angels cry'» (букв. когда девочка свистит, ангелы плачут).

Мы также наблюдаем ряд дополнительных сем у фразеологических единиц данной фразео-семантической группы, причем в семной структуре фразеологического значения они относятся также к интегральным семам. Так, семы бездомности, беспризорности входят в структуру фразеологического значения ФЕ «waifs and strays» - «бездомные дети, беспризорники». Сема специфической детской болезни, проявляющейся в приостановке роста, появлении у ребенка старческого вида, разновидности рахита, характерна для устаревшего фразеологизма «собачья старость». Мальчика и девочку, близнецов или единственных детей в семье обозначает фразеологическая единица с яркой образностью «pigeon pair» (букв. голубиная пара, пара голубков). Сему количественности имеет библейский фразеологизм «a quiver full» со значением «куча детей». Дети, лишенные заботы матери и отца, в русском языке характеризуются как «кукушкины дети» - «дети, которых мать старается сбегать своим родителям старикам или еще кому». В основе образности двух английских фразеологических единиц «the sand man is about» и «the sandman's shaking sand in your eyes» со значением «детям пора спать, дрема спешит, детям спать велит» лежит образ сказочного человечка, который сыплет детям в глаза песок, чтобы им захотелось спать. Интерес также представляет ФЕ, принадлежащая к воровскому жаргону «the kid (the kinchin) lay» - «кража (денег) у детей (которых посылают за покупками)».

И в английском, и в русском языке единицами фразео-семантической группы с

обозначением детского возраста являются пословицы и поговорки. Данные единицы находятся на периферии данной группы, поскольку их основная цель заключается в передаче народного опыта, своего рода назидании другим людям, а сема возраста не занимает главенствующего положения в семантической структуре их значения. Ряд данных пословиц и поговорок носят интернациональный характер и являются англо-русскими фразеологическими соответствиями: «from the mouths of babes come words of wisdom», «out of the mouths of babes and sucklings come great truths» - «устаи младенцев глаголет истина», «with seven nurses a child will be without eyes» - «у семи нянек дитя без глазу», «когда нянек много, дитя хромоногое», «little children step on your toes; big children step on your heart» - «маленькие детки — маленькие бедки, большие детки — большие бедки».

Общеизвестная истина, что дети являются радостью, приносят счастье в дом подтверждается пословицами обоих языков: «children are the keys of paradise» (букв. дети — это ключи от рая), «children are love made visible» (букв. дети — это любовь, сделанная видимой), «дети — цветы жизни». В то же время словари пословиц и поговорок русского языка также фиксируют антипословичное развитие русской пословицы с пейоративно окрашенной коннотацией: «дети — цветы жизни, но лучше, когда они стоят на чужом подоконнике», «дети — цветы жизни, только дурно пахнут».

Послушные, хорошие дети являются одним из залогов счастливой семьи, о чем свидетельствует русская пословица «не нужен и клад, коли дети идут в лад». Однако дети, впрочем как и взрослые, бывают разными. Именно в английском языке мы находим подтверждение этой истины: «some boys grow with responsibility — others just swell» (букв. некоторые мальчики растут с ответственностью, другие просто раздуваются), «windy boys live stormy lives» (букв. ветреные мальчики живут бурные жизни, в значении «непослушные мальчишки в дальнейшем и жизнь свою проживают безалаберно»), «little boys who play with matches get their fingers burned» (букв. маленькие мальчики, которые играют со спич-

ками, обожгут свои пальцы). Как показывают примеры, данные выражения имеют маскулинную гендерную принадлежность помимо наличия дополнительных интегральных и дифференциальных сем в структуре своего фразеологического значения.

Общеизвестной истиной для носителей разных языков также является понимание того, что характер человека складывается в детстве: «as the twig is bent so grows the tree» (букв. как гнется ветка, таким и растет дерево). Поэтому правильное воспитание детей является непреложной истиной, что справедливо подтверждают следующие народные изречения: «a baby who always gets carried will never learn to walk» (букв. младенец, которого всегда носят, никогда не научится ходить), «to spoil a child is to kill it» (букв. испортить ребенка — это убить его), «a child that won't hear will feel» (букв. ребенок, который не услышит, почувствует). В последней пословице речь идет о телесном наказании, которое заслуживают непослушные дети, однако русская пословица «чем бы дитя не тешилось — лишь бы не плакало» звучит диссонансом к так называемым правилам правильного воспитания детей.

Только для русского языка характерны поговорки о бедной семье, в которой дети разуты, раздеты, или в которой только один кормилец, а голодных ртов много: «семеро по лавкам <бегают>», «семеро на полатах <сидят>», «один с сошкой, семеро с ложкой».

Последним этапом школьного возраста является подростковый возраст, который находит свое немногочисленное выражение и во фразеологическом фонде языка, причем в русском языке мы обнаружили только один фразеологизм, обозначающий мальчика-подростка, обычно потерявшего родителей и во время войны взятого в действующую часть: «сын полка». Данный фразеологизм отражает историческую действительность Великой Отечественной Войны в России, когда многие дети, особенно на оккупированных территориях, становились сиротами и часть из них попадали в действующую военную часть. В английском языке данный этап возраста характеризуют 5 ФЕ, причем одна из них, а именно «the awkward age» (букв. неуклюжий возраст) - «переход-

ный возраст» имеет только две интегральные семы: возраста, и конкретно переходного возраста. Остальные фразеологизмы описывают особенности данного возрастного периода, а именно, неуклюжесть, неопытность, стремление скорее стать взрослым: «all legs <and wings>» (букв. все ноги <и крылья>) - «неловкий, неуклюжий высокий подросток», «an unlicked cub» (букв. необлизанный детеныш) - «неуклюжий подросток; желторотый юнец», «you'll be a man before your mother» (букв. ты станешь мужчиной раньше своей матери) - разг. шутол. «ничего, скоро подрастешь (говорится подростку)», «Billy Bunter» - «прожорливый, толстый неуклюжий подросток (по имени школьника из рассказов Ф.Ричардса)». В русском языке также имеется устаревший фразеологизм, относящийся к двум возрастным отрезкам детского возраста, включая подростковый. Данный фразеологизм «ломать пряники» обозначает «вид игры детей, подростков».

Полное описание детского возраста начиная с младшего школьного до старшего школьного невозможно без представления об учебных заведениях, в которых обучаются дети, или об общественных заведениях, в которых они могут содержаться. Помимо лексических единиц для их номинации в обоих сопоставляемых языках имеются фразеологические единицы с переосмысленным значением: «grammar school» - 1. «(средняя) классическая школа (для детей от 11 до 18 лет)», «public school» - 1. «закрытое частное привилегированное среднее учебное заведение для мальчиков (в Англии)», 2. «(бесплатная) средняя школа (в США и Шотландии)», «approved school» - «исправительная школа для малолетних правонарушителей», «сиротский дом» устар. - «детский дом, приют», «детский дом» - «государственное заведение для детей и подростков».

Итак, анализ литературы вопроса свидетельствует о том, что языковые единицы понятия «возраст человека» были, как правило, изучены с точки зрения структуры концепта «возраст» или вербализации данного концепта в произведениях различных жанров. Основной упор делался на представленности данного концепта в языковой

картине мира и на особенности его реализации в зависимости от той или иной лингвокультуры. Фразеологические единицы понятийной сферы «возраст человека» лишь фрагментарно становились объектом изучения в русском и английском языках в ограниченном количестве диссертационных работ, что свидетельствует об актуальности их сопоставительного изучения.

В результате анализа литературы о возрастной периодизации человеческой жизни, а также изучения семантики фразеологических единиц, отобранных из словарей, нами были выделены пять фразеосемантических групп, включающие в себя фразеологические единицы, которые обозначают: детский возраст, юношеский возраст, зрелый возраст, старость, а также ФЕ обобщенной группы «возраст». В целом понятие «возраст» достаточно хорошо представлено во фразеологических фондах как английского, так и русского языков, изучаемые единицы имеют структуру как словосочетания, так и предложения, однако все они характеризуются той или иной степенью переосмысления значения.

В результате проведенного анализа было выявлено, что количество английских фразеологических единиц, обозначающих детский возраст, более чем в два раза превышает количество русских ФЕ данной семантики. Семы возраста и детского возраста могут занимать как главенствующее положение в структуре их фразеологического значения, так и относиться к дифференциальным семам, отодвигая подобные фразеологические единицы на периферию фразеосемантической группы «детский возраст». Имеется незначительное количество англо-русских фразеологических соответствий, однако большая часть единиц данной семантики имеет отличия как по значению, так и по образу, лежащему в основе фразеологического переосмысления. Не все периоды детского возраста находят количественно адекватное отражение во фразеологических фондах двух сопоставляемых языков. В то же время общеизвестные истины о детском возрасте достаточно полно отражены в пословицах и поговорках носителей английского и русского языков.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Авдеева, О.А. Средства выражения концепта «возраст» в английском языке / О.А. Авдеева: автореф. дис. ... канд. филол. наук. 10.02.04. – СПб., 2008. - 22 с.
2. Бабарыкина, Т.С. Вербализация концепта «child» на материале произведений Дж.К. Роулинг / Т.С. Бабарыкина: автореф. дис. ... канд. филол. наук. 10.02.04. - Белгород, 2010. - 23 с.
3. Блинова, И.С. Концепт «старость» в русской и немецкой лингвокультурах / Инга Сергеевна Блинова: автореф. дис. ... канд. филол. наук. 10.02.20. - Волгоград, 2009. - 22 с.
4. Википедия. Возраст [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Возраст> (дата обращения: 02.12.2017).
5. Википедия. Возрастная периодизация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Возрастная_периодизация (дата обращения: 02.12.2017).
6. Волкоморова, О.Б. Лексика возрастной стратификации в русском языке и речи / О.Б. Волкоморова: автореф. дис. ... канд. филол. наук. 10.02.01. - Тюмень, 2006. - 24 с.
7. Калюжная, И.А. Концепт «детство» в немецкой и русской лингвокультурах / И.А. Калюжная: автореф. дис. ... канд. филол. наук. 10.02. 20. - Волгоград, 2007. - 23 с.
8. Крючкова, Н.В. Концепты возраста (на материале русского и французского языков) / Н.В. Крючкова: автореф. дис. ... канд. филол. наук. 10.02.19. - Саратов, 2003. - 24 с.
9. Крючкова, Н.В. Роль референции и коммуникации в концептообразовании и исследовании концептов (на материале русского, английского, французского языков) / Н.В. Крючкова: автореф. дис. ... докт. филол. наук. 10.02.19. - Саратов, 2009. - 48 с.
10. Кряжева, А.Л. Особенности вербализации понятия «child/ребёнок» (на материале английского и русского языков) / А.Л. Кряжева: автореф. дис. ... канд. филол. наук. 10.02.20. - М., 2009. - 21 с.
11. Кудряшова, А.П. Процессы образования и функционирования эвфемизмов в семантических полях "смерть", "болезнь", "возраст": на материале современных русского и немецкого языков / А.П. Кудряшова: автореф. дис. ... канд. филол. наук. 10.02.19. - Саратов, 2002. - 21 с.
12. Литвиненко, Ю.Ю. Концепт возраст в семантическом пространстве образа человека в русской языковой картине мира / Ю.Ю. Литвиненко: автореф. дис. ... канд. филол. наук. 10.02.01. - Омск, 2006. – 24 с.
13. Любина, И.М. Аксиология концепта "возраст" в русской, британской и американской лингвокультурах / И.М. Любина: автореф. дис. ... канд. филол. наук. 10.02.19. - Краснодар, 2006. - 22 с.
14. Марзук, Ф.А. Способы вербализации понятия «возраст» в русском языке / Ф.А. Марзук: автореф. дис. ... канд. филол. наук. 10.02.01. - Калининград, 2008. - 22 с.
15. Ожегов, С.И. Словарь русского языка / С.И.Ожегов. - М.: Русский язык, 1978. - 846 с.
16. Медицинская энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://medical-enc.ru/3/vozrast.shtml> (дата обращения: 02.12.2017).
17. Пинтова, А.А. Концепты old/young и старый/молодой в английской и русской языковых картинах мира / А.А. Пинтова: автореф. дис. ... канд. филол. наук.10.02.20. – СПб., 2009. - 18 с.
18. Салеева, Д.А. Этнические, возрастные и гендерные концепты в русских, английских и татарских паремиях / Д.А. Салеева: автореф. дис. ... канд. филол. наук. 10.02.20. - М., 2004. - 28 с.
19. Студопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studopedia.su/2_54040_vozrastnie-periodi.html (дата обращения: 02.12.2017).
20. Фомина, Ж.В. Концептосфера «Возраст» в русской и американской молодёжных лингвокультурах / Ж.В. Фомина: автореф. дис. ... канд. филол. наук. 10.02.20. - Волгоград, 2011. - 11 с.
21. Щербо, П.А. Особенности вербализации концепта «возраст» в системах типологически разных языков (на материале английской, французской и русской лексики) / П.А. Щербо: автореф. дис. ... канд. филол. наук. 10.02.20. - М., 2008. - 26 с.

УДК: 81-11

ББК: 81.5

Звада О.В.

МАНИПУЛЯТИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ

Zvada O.V.

MANIPULATIVE FEATURES OF POLITICAL DISCOURSE IN ANGLOPHONE MEDIA

Ключевые слова: манипуляция, масс-медиа, коммуникация, речевое воздействие, манипулятивные речевые стратегии, манипулятивные речевые средства, политический дискурс.

Keywords: manipulation, mass media, communication, persuasion, manipulative speech strategies, manipulative speech means, political discourse.

Аннотация: в статье рассматриваются различные средства манипулирования, применяемые в современной политической сфере. В статье рассматриваются основные средства вербального убеждения, используемые в политическом дискурсе. Понятие манипуляции определяется с разных точек зрения и исследуются особенности, свойственные политическому дискурсу СМИ. Политический дискурс характеризуется манипулятивными особенностями с целью ведения пропагандистского конфликта, который достигается с помощью различных языковых единиц и методов, таких как номинализация, эвфемизмы, дисфемизмы, прецедентные феномены. Политический дискурс СМИ оказывает огромное влияние на формирование общественного мнения, что делается с помощью вышеназванных инструментов речевого манипулирования.

Abstract: the article considers different means of manipulations used in the modern political sphere. The article discusses the main means of verbal persuasion used in political discourse. The concept of manipulation is defined from various perspectives and features peculiar to the political discourse of mass media are investigated. The political discourse is characterized by manipulative features for the purpose of conducting propaganda conflict which is achieved with the help of various linguistic units and methods such as nominalization, euphemisms, dysphemisms, precedent phenomena. Political discourse of mass media has a huge impact on formulation of public opinion which is done with the help of the above-mentioned tools of speech manipulation.

Актуальность проблемы языкового манипулирования связана с тем, что в современном обществе возрастает значимость политической коммуникации. Интенсивное развитие политических технологий, возрастающая роль средств массовой информации, острота проблемы манипулятивного потенциала речи способствуют повышению внимания общества к теории и практике использования специальных средств, способствующих реализации основных функций политического дискурса. С давних пор известно, что важнейшим орудием воздействия на сознание является язык. Язык – это особая информационная система знаков. В наш информационный век правильно «упакованная» информация имеет большое влия-

ние на человека, его образ мыслей и поступки. Используя в процессе общения определенные ресурсы языка, человек может управлять поступками других людей.

В статье предпринята попытка подвергнуть анализу находящиеся в арсенале журналистов лексические средства манипулирования массовой аудиторией, направленные на формирование определенного мнения об освещаемом событии.

Объектом исследования данной статьи является речевая манипуляция в составе текстов англоязычных СМИ. Предметом исследования являются манипулятивные особенности, представленные различными языковыми средствами, которые используются в составе англоязычного политическо-

го дискурса.

Манипулирование сознанием – явление сложное и до сих пор недостаточно изученное, несмотря на большое внимание к нему различных исследователей особенно в последние три десятилетия. В качестве иллюстраций в статье будут предложены примеры из газет, интернет сайтов, выступлений известных политиков, газетные заголовки.

Слово «манипуляция» / «манипулирование» многозначное. В данной ситуации мы используем его для обозначения вида психологического воздействия, искусное исполнение которого ведет к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями¹.

Е.В. Чернявская в своей работе «Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия» считает, что основная цель речевой манипуляции – вызвать у адресата необходимое манипулятору отношение к объекту, независимо от желаний и интересов самого адресата. Последний, в свою очередь, не должен распознать эту коммуникативную установку². А.А. Данилова под языковым манипулированием понимает скрытое языковое воздействие на адресата, намеренно вводящее его в заблуждение относительно замысла или содержания³.

В политическом дискурсе существуют различные виды манипулирования, являющиеся неотъемлемой частью любой стратегии. Е.И. Шейгал выделяет два вида манипулирования, которые, в свою очередь, делит на подвиды⁴.

1. Референциальное манипулирование – искажение образа денотата/референта в процессе обозначения действительности:

¹ Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. - М.: ЧеРо, Издательство МГУ, 1997. - 344 с.

² Чернявская Е.В. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия. - М.: Флинта; Наука, 2006. - 136 с.

³ Данилова А.А. Манипулирование словом в средствах массовой информации. - М.: Добросвет, 2009. - 324 с.

⁴ Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. Семиотика политического дискурса. - Волгоград: Гнозис, 2004. - 328 с.

а) фактологическое манипулирование (любые изменения в отношении реальных фактов: преувеличение, преуменьшение, сокрытие, подтасовка, ложь и т.п.)

б) фокусировочное манипулирование (изменение фокуса освещения события, высказывания, поведения и т.д., связанного с денотатом, с целью восприятия ситуации адресатом в выгодном манипулятору свете).

2. Аргументативное манипулирование – искажение постулатов общения:

а) нарушение логики развития текста или его цельности, выражающееся, как правило, в избегании прямого ответа, конкретных комментариев, уходе от темы;

б) уклонение от приведения доказательств путем намеренного неполного изложения всей имеющейся информации или формулирования высказывания в неопровержимой форме;

в) маскировка логических ходов.

Принимая во внимание вышеизложенное, в данной статье, вслед за О.Е. Гавриковой, под языковым манипулированием следует понимать целенаправленное использование особенностей устройства и употребления языка, способствующих возникновению в сознании реципиентов иллюзий и заблуждений, побуждающих его действовать так, как выгодно манипулятору⁵.

Особое внимание следует уделить заголовкам статей, поскольку именно название статьи является решающим фактором при принятии решения о том, стоит ли читать всю статью или нет. Таким образом, можно сделать вывод, что заголовок несет в себе основную смысловую нагрузку, будучи к тому же сильно ограниченным в объеме текстом. В то же время первые характеристики событий, ярлыки для различных ситуаций и явлений действительности и первые мнения (как правило, мнения, выгодные элитам, которые контролируют данное СМИ) доносятся до общественного сознания именно прессой.

Достаточно одного лишь беглого взгляда на заголовки статей, (в данной под-

⁵ Гаврикова О.Е. Феномен манипуляции в политическом дискурсе // «Учёные заметки ТОГУ» Электронное научное издание Том 8, № 4, 2017. Хабаровск С. 157-162 http://ejournal.pnu.edu.ru/media/ejournal/articles-2017/TGU_8_282.pdf

борке указываются названия статей с 30 декабря 2017 по 7 января 2018 г., размещённые на сайте BBC), чтобы убедиться в множестве случаев языкового манипулирования сознанием посредством СМИ и роли языка СМИ в формировании общественного мнения на примере текстов англоязычных статей:

[All the latest news about Russia from the BBC](http://www.bbc.com/news/topics/ce1qrvlegnyt/russia)¹

Posted at 19:18 7 Jan

[Russia thwarts drone attack on Syria base](#)

Posted at 23:11 6 Jan

[Syria hospitals 'targeted by attacks'](#)

Posted at 23:07 5 Jan

[Photos 'reveal' Russian Syria jet damage](#)

Posted at 20:49 4 Jan

['Russian strikes' kill 25 near Damascus](#)

Posted at 9:02 3 Jan

[What makes Russia's new spy ship Yantar special?](#)

Posted at 18:59 2 Jan

[St Petersburg man charged over bombing](#)

Posted at 8:24 30 Dec 2017

[If 2017 was 'cyber-geddon', what will 2018 bring?](#)

Названия вышеперечисленных статей формируют образ агрессивной, захватнической позиции России, создают определённый стереотип, тем самым программируя негативное отношение читателей. Первым делом необходимо принять во внимание тот факт, что все слова обладают коннотативным значением, т.е. несут в себе определённый эмоциональный заряд. Такие фразы, как *drone attack*, *new spy ship*, *cyber-geddon*, *jet damage* используются намеренно. Манипуляция заголовками создает эффект отторжения, возникает негативное отношение к российскому государству. Таким образом, под манипуляцией принято понимать скрытое принуждение, программирование мыслей, намерений, чувств и так далее. Основной целью манипуляции является создание выгодной СМИ картины мира в сознании людей и понижение способности реципиентов к критическому мышлению, создание иллюзии свободного выбора.

В современных СМИ широко исполь-

зуется стилистический прием игры с прецедентными феноменами, рассчитанный на появление у адресата нужных ассоциаций. Любая прецедентная единица сводит описываемую ситуацию к образу-стереотипу, замещающему в сознании носителя языка подробное описание².

Любой прецедентный феномен явно употребляется умышленно, он задуман для того, чтобы произвести впечатление на адресата, выполнить функцию воздействия (т.е. манипулирования). Рассмотрим некоторые примеры употребления прецедентных феноменов, с помощью которых, по нашему мнению, осуществляется языковое манипулирование:

US and Russia: Cosa Putina [...] The problem of describing a government in which officials, oligarchs and organised crime are bound together in a virtual mafia state – one, moreover, that has just won the World Cup – is how you deal with it. [...] The picture of Russia presented by US diplomats does not undermine the policy of pressing the reset button on US-Russian relations. It reinforces the need for it. Most cases being heard by the European court of human rights are Russian. So much so that a better name for the Strasbourg court would be the Russian court of human rights³.

В данном примере содержится негативная оценка современной российской действительности: она начинается со словосочетания «Cosa Putina» по аналогии с печально известной «Cosa Nostra» («Коза nostra»). Данная аналогия настраивает читателя на негативное восприятие России в целом и правительства Российской Федерации во главе с В. Путиным в частности. Использование лексики, относящейся к тематической группе «Криминал», акцентирует данную аналогию («organised crime», «virtual mafia state»). В результате западноевропейскому читателю навязывается образ России как «виртуальной мафиозной державы» (очевидно, продиктованный плохо скрыва-

² Солопова О.А. Использование прецедентных феноменов в политическом дискурсе выборов депутатов государственной думы // Лингвистика: бюллетень Уральского лингвистического общества / Урал. гос. пед. ун-т; отв. ред. А.П. Чудинов. Екатеринбург, 2004. Т. 13. С. 75-86.

³ <https://www.theguardian.com/commentisfree/2010/dec/03/editorial-us-russia-cables-leaks>

¹ <http://www.bbc.com/news/topics/ce1qrvlegnyt/russia>

емым раздражением по поводу того, что именно Россия, а не Великобритания, станет футбольной державой в 2018 году).

В настоящее время слова с негативной коннотацией становятся распространенным явлением. Современная речь характеризуется такими свойствами, как негативная экспрессия и агрессивность.

Как сообщает издание Guardian, премьер-министр Великобритании Тереза Мэй обвинила Россию в попытках вмешаться в выборы и в публикациях фейковых новостей в СМИ. О том, что действия России «угрожают миропорядку», глава британского правительства заявила, выступая на банкете лорд-мэра лондонского Сити.

«It is seeking to **weaponise information**. Deploying its state-run media organisations to plant **fake stories** and **Photoshopped images** in an attempt to sow **discord** in the West and **undermine** our institutions».

В своей речи премьер-министр использует такие лексические обороты, как: сделать **информацию своим оружием**, **фейковые новости** и **отфотошопленные изображения**, посеять **раздор** и **подорвать** наши институты.

«Since then, Russia **has fomented conflict** in the Donbass, repeatedly **violated** the national airspace of several European countries, and mounted a sustained campaign of **cyber espionage** and **disruption**».

«This has included meddling in elections, and hacking the Danish Ministry of Defence and the Bundestag, among many others».

Премьер-министр также обвинила Москву в том, что она **раздувает конфликт**, **нарушала** воздушное пространство европейских стран, ведёт постоянную кампанию по **кибершпионажу** и **подрывной деятельности**. К этой кампании политик отнесла попытки вмешаться в выборы, а также хакерские атаки против министра обороны Дании и немецкого правительства¹.

Все эти приемы имеют яркую оценочную окраску. Использование оценочных высказываний в речи – один из способов речевого воздействия говорящего на слу-

шающего. Этот способ предполагает оперирование ментальными представлениями слушающего о добре и зле, хорошем и плохом, а также конструирование определенных идеологических моделей в сознании того, на кого направлено речевое воздействие. Поэтому оценка в значительной степени влияет на наше мировосприятие и отношение к предмету речи.

С целью навязывания оценки наблюдается использование манипуляторами так называемого *нагруженного языка*, т.е. языковых средств, прежде всего лексики, характеризующейся наличием широкого спектра конденсированных смысловых, эмоциональных, идейно-политических коннотаций: «Political dialogue, democratic development, increased level of confidence, the spheres of democratization, strengthening the guarantees of citizens' rights, the new level of development of the electoral system, mutual respect, civic values, sustainable development of the country, maintaining stability, the creative force of power, productive activities, political modernization, American realities, rhetoric of intolerance and others».

В политических речах используются языковые средства, в результате которых создается эффект доверительного общения автора с аудиторией. Для этого используются обращения, идентифицирующие адресанта с адресатом по территориальному признаку, местоимение «we» с размытым содержанием, вопросно-ответные конструкции, риторические вопросы и некоторые другие языковые/речевые средства. Используются тексты, рассказывающие о чем-либо: рассказ, сопровождаемый личными замечаниями, оценками и впечатлениями, «цепляет» внимание увереннее и надежнее, чем способы с другой манипулятивной окраской: «it to us on the shoulder; this, you will agree, a powerful incentive ...»².

СМИ Великобритании также активно используют лексический потенциал языка, но их цели не лежат на поверхности. Авторы используют различные слова с ярко выраженной отрицательной коннотацией: «captors», «the presidents thuggish cousin» и др. Для реализации имплицатуры «множе-

¹ <https://www.youtube.com/watch?v=G5GQ7o5cFo>

² https://vuzlit.ru/833351/ispolzovanie_priemov_manipulirovaniya_v_politicheskom_diskurse

ство жертв» привлекаются числительные, а также другие части речи, имеющие в семантическом поле идею множественности: «200 people», «thousands of protesters», «dozens of people», «the nation», «the others». Такой прием позволяет косвенно очернить в глазах читателя противников стороны, о которой идет речь. Практически в каждой статье используется градация, которая реализуется в том числе и с помощью лексических средств.

Говоря о манипуляции в СМИ, необходимо отметить, как распространение идей политической корректности оказало влияние на лексический уровень английского языка, в частности, на формирование новой эвфемистической лексики в рамках феномена политической корректности.

Явление эвфемии является неотъемлемой частью языкового поведения, тесно связано с понятиями нормы и оценки. В.И. Карасик относит эвфемизацию к двум основным приемам этикетизации, наряду с повышением статуса партнера и выбором косвенных способов оформления речи¹.

Многие исследователи указывают на то, что одной из функций эвфемизмов на современном этапе развития общества стало стремление ввести в заблуждение адресата с целью оказания определенного воздействия на него, манипулирования им (Н.Ц. Босчаева, Г.А. Макарова, И.В. Мотченко, Л.А. Нефедова, Е.К. Темирбаева и др.)².

Использование особой терминологической «завесы», эвфемистических словосочетаний и выражений, «отрепетированных», откорректированных терминов в СМИ англоязычных стран способствует 1) абстрагированию и обезличиванию войны, 2) созданию эффекта смягчения и маскировки, 3) притуплению негативных эмоций и формированию терпимого общественного мнения. Военные действия, их последствия вызывают появление

эвфемизмов, которые успешно вуалируют любые намеки на то, когда речь идет о смерти, о гибели солдат.

Например, во время войны во Вьетнаме появился эвфемизм *body bags* (контейнеры для перевозки останков погибших солдат), война в Персидском заливе вызвала появление эвфемизма *human remains pouches*. Эвфемизм *transfer tubes* (контейнер в виде трубки для перевозки останков погибших солдат) обязан своим появлением войне в Ираке. Во время войны в Персидском заливе контейнер получил другое название «*human remains pouches*». Эвфемизм *dignified transfer* употребляется вместо выражения *transfer case*. По всей видимости, наличие слова *dignified*, относящегося к сфере возвышенного, в составе эвфемистического субститута способствует созданию облагораживающего эффекта воздаст почести погибшим, облагораживает их смерть³.

Эвфемистическое переименование как разновидность манипуляции мотивируется предположением о том, что изменение имени может наделять денотат новыми свойствами, т.е. определенным образом изменить его природу⁴.

Прием эвфемии выражается не просто в четко спланированном использовании эвфемизмов для замены определенных слов, но в моделировании восприятия реальности с позиции, выгодной для инициатора коммуникации⁵. Эвфемизмы и дисфемизмы являются двумя сторонами одного явления, противоположными полюсами на оси оценочного варьирования денотата: эвфемизм «работает» на улучшение денотата, а дисфемизм - на его ухудшение. Некоторые лингвисты, исходя из того, что оба эти явления можно определить в терминах номинативного варьирования, предлагают использовать термин-гипероним «иксфемизм» (*X-Phemism*)⁶. Эвфемизм в таком

¹ Карасик, В.И. Язык социального статуса: Социолингвистический аспект. Прагмалингвистический аспект. Лингвосемантический аспект / В.И. Карасик. – М.: Гнозис, 2002. – 333 с.

² Глиос, Е.С. Лингвокультурная специфика формирования и функционирования эвфемизмов в современном английском языке: на материале англоязычных Интернет-сайтов. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/lingvokulturnaya-spetsifika-formirovaniya-i-funktsionirovaniya-efvemizmov-v-sovremennom-angl>

³ Там же.

⁴ Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. Семиотика политического дискурса. – Волгоград: Гнозис, 2004. – 328 с.

⁵ Иванова Е.А., Корчевская М.А. Лингвистический прием эвфемии и его функции в массовых коммуникациях // Сибирский филологический журнал. - Новосибирск: Новосибирский государственный университет, 2011. - С.: 208–213.

⁶ Allan K., Burrige K. Euphemism and Dysphemism: Language Used as Shield and Weapon. - N.Y., Oxford: Oxford University Press, 1991. - 263 p.

случае трактуется как анти-инвектива, основанный на уменьшении степени негативного признака или на переключении оценочного знака с отрицательного на положительный¹.

Таким образом, манипуляция сознанием адресата происходит благодаря эвфемистической номинации событий, которые СМИ пытаются осветить односторонне, подать только свой взгляд. В ходе целенаправленных усилий лингвистов, работающих на политическую элиту, создаются эвфемистические номинации с целью частично скрыть истинное значение происходящих событий и нивелировать их негативное восприятие широкой аудиторией. Эвфемизмы широко употребляются в СМИ в рамках манипулятивной тактики переноса, принадлежащей к стратегии уклонения от истины. Проанализируем использование данной тактики на конкретном примере: **Bloodshed continues in Syria** в заголовке статьи издания *Global Village Space* By [News Desk](#) за 21.07.2017² использован дисфемизм «bloodshed» (кровавое пролитие) вместо «war» (война), при помощи которого автор статьи ставит задачу обличить действия военных и показать реальную цену развязанной войны. Следует заметить, что само слово «war», а также слова, описывающие действия американских военнослужащих, вышли из употребления и были заменены эвфемизмами.

Разновидностью тактики обвинения является тактика издевки, направленная на высмеивание предмета речи или действий объекта. Отличительной чертой тактики издевки является использование как эвфемистических, так и дисфемистических единиц. Эвфемизмы и дисфемизмы тактики издевки носят иронический характер. Например,

He is the latest in a line of political appointees to the London job, traditionally bestowed upon presidents' faithful friends, usually with deep pockets/

Автор статьи акцентирует внимание на том, что друзьями Президента являются

¹ Дмитрук О. В. Эвфемистическое переименование как тактика манипуляции сознанием в англоязычных СМИ // Филология и лингвистика в современном обществе: материалы II Междунар. науч. конф. (г. Москва, февраль 2014 г.). - М.: Буки-Веди, 2014. - С. 146-148.

² <https://www.globalvillagespace.com/bloodshed-continues-in-syria>

состоятельные люди, используя выражение «deep pockets» (букв. «с глубокими карманами») в качестве иронического дисфемизма вместо «riches» («богатые»)³.

Нетрудно заметить, что *создание эмоционально-нагруженного контекста* (через отбор коннотированной лексики – эмоционально маркированных лексем, которым присущи позитивные или негативные коннотативные значения) обладает мощным воздействием на ассоциативное мышление реципиента, т.к., влияя на интенсивность эмоционального отношения, обуславливает восприятие информации под необходимым манипулятору углом зрения (e.g. the cynical and clinical grab of Crimea; Putin's amoral, anarchic and brutish Russia), а значит относится к вербальным технологиям манипуляции сознанием⁴.

В последнее время в языке политиков прослеживается тенденция высказываться более абстрактно, в связи с этим появилось большое количество примеров номинализации, т.е. перевода глаголов в абстрактные существительные. Некоторые примеры номинализации образованы по конверсии способом словосложения из сочетаний глагола и наречия, например: build-up накопление военных сил; lay-out человек, потерявший работу; push-over легкопреодолимое препятствие; take-over захват власти и т.д.

“But the prime minister stressed **the build-up** did not mean Nato was planning for a ground invasion”.

“Social change has blurred the old distinctions of lifestyle, housing and employment that also sustained political parties. Everywhere, there is the danger of **take-over** by well-organised minorities”.⁵

Номинализация, используемая в поли-

³ Абакова Т.Н. Дисфемизмы и эвфемизмы как способ языкового воплощения стратегии дискредитации в текстах политической сферы (на материале англоязычной прессы). <https://cyberleninka.ru/article/n/disfemizmy-i-efemizmy-kak-sposob-yazykovogo-voploscheniya-strategii-diskreditatsii-v-tekstah-politicheskoy-sfery-na-materiale>

⁴ Максимчик О.А. Манипуляция общественным сознанием в англоязычных СМИ (на примере освещения катастрофы боинга – 777 в июле 2014 г.): лексико-семантический аспект \ Известия Самарского научного центра Российской академии наук, т. 17, №1(2), 2015, С. 438-443.

⁵ <http://news.bbc.co.uk>

тическом дискурсе представляет собой один из альтернативных способов представления одной и той же действительности, позволяющая управлять процессом понимания, так как дает говорящему возможность убирать из обсуждения некоторых участников действия, оставляя при этом тех, кто необходим в данном контексте.

В данной статье были рассмотрены лишь некоторые способы языкового манипулирования массовым сознанием, которые попали в поле зрения нашего внимания при анализе фактического материала. На ряде примеров было показано, что основной частью ресурсов манипуляции общественным

сознанием в современных англоязычных СМИ являются специально подобранные лексические средства, наполненные особой семантикой и/или коннотативным значением, и при умелом использовании позволяющие превратить реципиента в объект манипулятивного воздействия. Широкая распространенность приемов манипуляции сознанием (приемы игры с прецедентными феноменами, эвфемизмы, дисфемизмы, обращения, идентифицирующие адресанта с адресатом по территориальному признаку, номинализация) в политическом дискурсе свидетельствует об их эффективности.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Абакова, Т.Н. Дисфемизмы и эвфемизмы как способ языкового воплощения стратегии дискредитации в текстах политической сферы (на материале англоязычной прессы) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/disfemizmy-i-evfemizmy-kak-sposob-yazykovogo-voploscheniya-strategii-diskreditatsii-v-tekstah-politicheskoy-sfery-na-materiale> (дата обращения: 25.01.2018).
2. Гаврикова, О.Е. Феномен манипуляции в политическом дискурсе // Учёные заметки ТОГУ. Электронное научное издание. – 2017. - Том 8. № 4. – Хабаровск. - С. 157-162 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ejournal.pnu.edu.ru/media/ejournal/articles-2017/TGU_8_282.pdf (дата обращения: 20.01.2018).
3. Глиос, Е.С. Лингвокультурная специфика формирования и функционирования эвфемизмов в современном английском языке: на материале англоязычных Интернет-сайтов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/lingvokulturnaya-spetsifika-formirovaniya-i-funktsionirovaniya-evfemizmov-v-sovremennom-angl> (дата обращения: 22.01.2018).
4. Данилова, А.А. Манипулирование словом в средствах массовой информации. – М.: Добросвет, 2009. – 324 с.
5. Дмитрук, О.В. Эвфемистическое переименование как тактика манипуляции сознанием в англоязычных СМИ // Филология и лингвистика в современном обществе: материалы II Междунар. науч. конф. (г. Москва, февраль 2014 г.). - М.: Буки-Веди, 2014. - С. 146-148.
6. Доценко, Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. - М.: ЧеРо, Издательство МГУ, 1997. - 344 с.
7. Иванова, Е.А., Корчевская М.А. Лингвистический прием эвфемии и его функции в массовых коммуникациях // Сибирский филологический журнал. - Новосибирск: Новосибирский государственный университет, 2011. - С. 208– 213.
8. Карасик, В.И. Язык социального статуса: Социолингвистический аспект. Прагматический аспект. Лингвосемантический аспект / В.И. Карасик - М.: Гнозис, 2002. - 333 с.
9. Максимчик, О.А. Манипуляция общественным сознанием в англоязычных СМИ (на примере освещения катастрофы боинга – 777 в июле 2014 г.): лексико-семантический аспект // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. – 2015. - Т. 17. №1(2). - С. 438-443.
10. Политические эвфемизмы и дисфемизмы и особенности их функционирования в газетно-публицистическом тексте [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://studbooks.net/2148334/literatura/politicheskie_evfemizmy_disfemizmy_osobennosti_funktsi

onirovaniya_gazetno_publitsisticheskome_tekste (дата обращения: 22.01.2018).

11. Солопова, О.А. Использование прецедентных феноменов в политическом дискурсе выборов депутатов государственной думы // Лингвистика: бюллетень Уральского лингвистического общества / Урал. гос. пед. ун-т; отв. ред. А.П. Чудинов. - Екатеринбург, 2004. Т. 13. - С. 75-86.

12. Чернявская, Е.В. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия. – М.: Флинта; Наука, 2006. – 136 с.

13. Шейгал, Е.И. Семиотика политического дискурса. Семиотика политического дискурса. – Волгоград: Гнозис, 2004. – 328 с.

14. Allan, K., BurrIDGE, K. Euphemism and Dysphemism: Language Used as Shield and Weapon. - N.Y., Oxford: Oxford University Press, 1991. - 263 p.

15. Использование прецедентных феноменов в качестве манипулятивного средства в политической коммуникации (на материале британских и американских СМИ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://lms.tpu.ru/pluginfile.php/48682/mod_resource/content/1/%D0%92%D0%92%D0%92%DBС.pdf (дата обращения: 25.01.2018).

16. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://news.bbc.co.uk> (дата обращения: 18.01.2018).

17. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=G5GQ7o5cFo> (дата обращения: 21.01.2018).

18. [Электронный ресурс] – Режим доступа https://vuzlit.ru/833351/ispolzovanie_priemov_manipulirovaniya_v_politicheskom_diskurse (дата обращения: 19.01.2018).

19. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/commentis-free/2010/dec/03/editorial-us-russia-cables-leaks> (дата обращения: 20.01.2018).

20. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.bbc.com/news/topics/ce1qrvlegnyt/russia> (дата обращения: 22.01.2018).

УДК: 1751

ББК:81

Стрельцова Е.В.

СИЛЬНЫЕ ПОЗИЦИИ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА: НАЧАЛО И КОНЕЦ ПРОИЗВЕДЕНИЯ (НА МАТЕРИАЛЕ ПРОИЗВЕДЕНИЙ Р. ДАЛЯ)

Streltsova E.V.

THE BEGINNING AND THE END OF A FICTION TEXT AS ITS FOREGROUNDING ELEMENTS (BASED ON THE STORIES BY R. DAHL)

Ключевые слова: сильная позиция, ключевые знаки, начало произведения, конец произведения, заглавие, абзац, пространство, контекст, проспекция, ретроспекция.

Keywords: foregrounding element, key signs, the beginning of a story, the end of a story, title, literary space, context, prospection, retrospection.

Аннотация: актуальность заявленной в статье проблемы обусловлена недостаточной изученностью творчества английского писателя Р. Даля как мастера рассказов с закрученным сюжетом и неоднозначной концовкой. Тем более актуально рассмотрение начала и конца произведения в качестве сильной позиции художественного текста (ключевых знаков), призванных задерживать внимание читателя на важных моментах произведения. Ведущий метод анализа художественного произведения – метод комплексного (филологического) анализа, применяемый в современной лингвистике, который рассматривает не только сюжет и структуру произведения, но и его языковую ткань. Результаты, полученные в ходе исследования могут применяться на занятиях по интерпретации и стилистике художественного текста.

Abstract: the problem stated in the article is that of the foregrounding elements of the fiction text (the beginning and the end of a short story) play a big role in the literary text interpretation and analysis. For the proper interpretation of the fiction text one should deal with the philological text analysis based on both linguistics and literary criticism studies. The foregrounding elements in R. Dahl's stories are to focus the reader's attention on both the story plot and the title of the story. This can help understand the characters and their behavior better. R. Dahl's stories are quite short and mainly have an open-plot structure with a twist-in-the-tail plot and a quite surprising ending. In the analyzed stories one can find the effect of the deceived expectation in the end of the story when the surprising and sometimes uncertain ending could make the reader interpret the story in another way.

В художественных текстах смысловая нагруженность отдельного слова (знака) предопределяется только текстом как целым, поэтому в аспекте понимания ключевым будет прежде всего сам текст. Чем в большей мере некий знак приближается по своему объему и свойствам к целому тексту, тем больше оснований расценивать его как ключевой относительно обрамляющего текста. При такой трактовке ключевого знака он оказывается не чем иным, как сильной позицией текста¹.

¹ Лукин В.А. Художественный текст: Основы лингвистической теории. Аналитический минимум. - 2-е изд., переработ. и доп. - М.: Изд-во "Ось 89",

Сходство сильных позиций и ключевых знаков закономерно. Так, в частности, многие исследователи отмечают тенденцию ключевых знаков к концентрации в начале текста² и, как следствие – возможность совпадения с заглавием³. Ключевой знак ква-

2005. - С. 180.

² Сахарный Л.В., Штерн А.С. Набор ключевых слов как тип текста // Лексические аспекты в системе профессионально-ориентированного обучения англоязычной речевой деятельности. - Пермь: Пермск. политехнич. ин-т., 1988. – 42.

³ Пузырев А.В. Анаграммы как явление языка. Опыт системного осмысления. - М., Пенза: Ин-т языкознания РАН, Мин. образования РФ, Пензенский гос. пед. ин-т., 1995. - С. 133.

лифицируется как дейктический (индексальный), указывающий на смысл, общее содержание текста¹. Ключевым признаётся не только слово, но и словосочетание, предложение, сверхфразовое единство². Ключевые знаки обладают свойством свертывать информацию, несомую целым текстом, и потому они относятся к метатекстам.

Главное отличие ключевых знаков от сильных позиций – в их функциональной нагрузке. Сильные позиции служат для понимания текста, который почти всегда начинается с одной из них – заглавия. В то же время понимание никак не может начинаться с ключевых знаков. По мнению В.А. Кухаренко, восприятие слова как ключевого всегда ретроспективно, так как происходит с опорой на целый текст³. Из сказанного выше можно сделать следующие выводы:

1. Ключевые знаки не могут быть выявлены до предварительного анализа текста. Сильные позиции текста в некоторых случаях могут быть известны читателю до анализа текста, некоторые (заглавие или эпиграф) – до его прочтения.

2. Ключевой знак, будучи употребленным не единожды, может встретиться на любом участке линейного текстового пространства, и далеко не каждое его употребление совпадает с сильной позицией или образует ее. Сильная позиция в подавляющем большинстве случаев не может быть повторена в тексте. Она потому и называется "позицией", что ее место однозначно зафиксировано в конкретном тексте и тексте вообще.

3. Ключевой знак не может быть самопонятен: он как таковой не встречается нигде, кроме своего текста (отсюда и максимальная сравнительно с прочими "сте-

пень рассогласования словарных и контекстуальных значений у ключевых слов")⁴. Сильная позиция – текстовое явление, обладающее большей степенью общности, чем ключевой знак. Она может быть самопонятна и поэтому для нее в большей степени характерно использование получателем в процессе понимания текста, с одной стороны, и для формулировки его тем, с другой.

4. Ключевой знак выражается чаще всего той или иной языковой единицей, реже – знаком вторичной семиотической системы. Сильная позиция занимает тот или иной участок линейного пространства текста (от слова до текста в тексте).

И.В. Арнольд считает сильную позицию эффективным средством задержать внимание читателя на важных по смыслу моментах и комбинаторных приращениях смысла. К сильным позициям автор относит начало и конец произведения или его формально выделенные части (главы, строфы и т.д.). Исследователь подразделяет начало на название произведения, факультативные эпиграф, пролог и первые строки или абзацы произведения. Дифференциальными признаками сильных позиций являются место в тексте, характер передаваемой информации, наличие или отсутствие образности, а также сочетание с другими типами движения⁵.

Обратимся к наиболее важным, на наш взгляд, сильным позициям в художественном тексте – началу и концовке произведения на примере рассказов Р. Даля. Писатель, который начал свой творческий путь с написания детских сказок, впоследствии опубликовал множество рассказов, в которых характерный для мастера абсурдный юмор порой соседствовал с известной жестокостью и даже цинизмом.⁶ Несмотря на некоторые имеющиеся работы, посвященные жанровой природе творчества современного английского писателя норвежского происхождения Р. Даля, не существует еди-

¹ Залевская А.А. Индивидуальное знание (специфика и принципы функционирования). – Тверь: Тверской гос. ун-т., 1992. С. 91.

² Сиротко-Сибирский С.А. Смысловое содержание текста и его отражение в ключевых словах (на материале русских текстов публицистического стиля). АКД. – Л.: ЛГУ, 1988. – 15 с. С. 9.

³ Кухаренко В.А. Семантическая структура ключевых и тематических слов целого художественного текста // Лексическое значение в системе языка и в тексте. – Волгоград: Волгоградский гос. пед. ин-т., 1985. С. 100.

⁴ Там же, С. 102

⁵ Арнольд И.В. Стилистика. Современный английский язык. – 6-е изд. – М.: Флинта: Наука, 2004. С. 69-70.

⁶ Английская абсурдная поэзия. Эдвард Лир. Хилэр Беллок. Сэр Уильям Гилберт. Роальд Даль. С.9.

ного мнения по данному вопросу. Одни критики относят произведения писателя и к детективному жанру, к жанру черного юмора, к фантастическому жанру, а другие критики – к, так называемой, “low fantasy”. Вот какую характеристику рассказам Р. Даля даёт газета “Sunday Tribune”: “Dahl’s stories are masterful, brief, punchy, with a devastating mixture of the innocence and macabre”¹. Рассказы Р. Даля почти всегда полны загадок и напряжения. Напряжение в произведениях мастера сохраняется до заключительной точки, таким образом, читатель может сам домыслить, чем закончится тот или иной его рассказ. Газета “Financial Times” так пишет про автора: “Roald Dahl is firmly buttoning the reader, not allowing him or her to escape until the often earthy anecdote has been concluded with a resounding full stop.”²

По мнению А. Б. Есина, художественное произведение – мельчайшая «единица» литературы.³ Нами выбран филологический (комплексный) анализ художественного произведения, который является универсальным инструментом для изучения художественного текста с позиций языкознания и литературоведения. Включение в анализ художественного текста лингвопоэтического подхода обеспечивает возможность подойти к раскрытию содержания произведения не только на основе литературных теорий, но на объективной базе анализа конкретного языкового материала⁴

Вслед за В.А. Кухаренко примем за начало текста “жестко ограниченный объем первого абзаца”⁵, несмотря на то, что первый абзац едва ли вместит всю необходимую для читателя начальную информацию. Автор считает такой прием “особым способом организации текста, когда введение координат сознательно рассредоточивается по

всему тексту или по значительной его части”. Исследователь называет данный прием «началом с середины» (импликацией предшествования), которое создает **композиционную ретардацию**, что в свою очередь создает напряженность текста.

Преимущественной формой интродукции героя в первом абзаце выступает местоимение 1-го:

*"I'm going to tell you about a funny thing that happened to my mother and me yesterday evening. I am twelve years old and I'm a girl. My mother is thirty-four but I am nearly as tall as her already"*⁶. Здесь автор вводит главного героя в произведение посредством внутренней речи девочки, делая подростка главным рассказчиком.

Аналогично обстоят дела при введении персонажа через его имя собственное:

*"Billy Weaver had travelled down from London on the slow afternoon train, with a change in Swindon on the way and by the time he got to Bath it was about nine o'clock in the evening and the moon was coming up out of a clearly starry sky over the houses opposite the station entrance. But the air was deadly cold and the wind was like a flat blade of ice on his cheeks"*⁷.

Перед читателем возникает образ молодого человека, Билли Уивера, который направляется вечерним поездом из Лондона в Бат. Автор представляет нам своего героя с первых же строчек произведения, а простое и в то же время емкое описание весьма холодного вечера переносит читателя на станцию вокзала. Здесь автор использует атрибутивные и адвербиальные определения *clearly starry, deadly cold*, а также сравнительную *конструкцию wind like a blade of ice*. У внимательного читателя возникает ряд вопросов: кто такой Билли Уивер и почему он приехал в Бат поздним вечером?

Следовательно, для адекватного восприятия произведения важно не только принципиальное наличие персонажного ориентира, но и способ представления этого ориентира, т.к. первый абзац в большой степени ответственен за общую тональность художественного произведения.

⁶ Roald Dahl Collected Short Stories. - Penguin Books 1992. С. 662.

⁷ Там же. С. 3.

¹ McInerney S. No stranger to fiction // Sunday Tribune, July 13th, 2008.

² Pullman P. What's the story? // Financial Times, October 1st 2004.

³ Есин А.Б. Принципы и приёмы анализа литературного произведения. М., 2003. С.5.

⁴ Козеняшева Л.М. Лингвопоэтические средства создания образа слуги в английской литературе XIX-XX веков: Дис...канд. филол. наук. – Самара, 2006. 192 с.

⁵ Кухаренко В.А. Интерпретация текста. - 2-е изд., перераб. – М.: Просвещение, 1988. С.121.

Лексически выраженные координаты времени тоже обнаруживаются в подавляющем большинстве интродуктивных абзацев. Темпоральные указатели первых абзацев обеспечивают лишь самую общую ориентировку во времени - "in the morning", "late in May", "after sunset" и т. д.

*"That year - 1946 - winter was a long time going. Although it was April, a freezing wind blew through the streets of the city, and overhead the snow clouds moved across the sky"*¹.

Здесь в начальном абзаце рассказа наряду с такой текстовой категорией, как информативность, реализуется и категория темпоральности при помощи таких слов, как *that year, winter, 1946, April*. Читатель как бы переносится в конец 40-х годов прошлого столетия.

Временные указатели первого абзаца важны не только как элемент координатной сетки, вводящие временной континуум текста. Преобладающий способ их использования в зачине художественной прозы способствует активизации читательского восприятия, интенсификации ассоциативно-образных представлений.

Пространство – еще одна содержательная универсалия художественного текста. В отличие от имперсонального, не выбираемого человеком времени, пространство всегда является результатом выбора автора. Закрытое пространство всегда несет на себе отпечаток своего хозяина и выполняет характерологическую функцию, в том числе и в первом абзаце:

*"The room was warm and clean, the curtains drawn, the two table lights alight - hers and the one by the empty chair opposite. On the sideboard behind her, two tall glasses, soda water, whisky. Fresh ice cubes in the Thermos bucket"*².

На примере описания комнаты читатель рисует образ главного героя произведения, а точнее, героини. По всей видимости она – человек заботливый и внимательный, любящий создавать уют. Об этом читатель может догадаться, прочитав описание комнаты: она чистая и теплая, на буфете

приготовлены два бокала, содовая и виски.

*"There were six of us to dinner that night at Mike Shoffield's house in London: Mike and his wife and daughter, and my wife and I, and a man called Richard Pratt"*³.

В данном рассказе образ закрытого пространства создается словом *house*, а все персонажи, приехавшие на обед в лондонский дом, предстают перед читателем с первых же строчек произведения.

Открытое пространство характерологическую функцию не выполняет, но, выступая контрастным или гармоничным фоном чувств и переживаний персонажа, участвует в создании общей антропоцентричности произведения:

*"On the morning of the third day, the sea calmed. Even the most delicate passengers - those who had not been seen around the ship since sailing time - emerged from their cabins and crept on to the sun deck where the deck steward gave them chairs and tucked rugs around their legs and left them lying in rows, their faces upturned to the pale, almost heatless January sun."*⁴. Перед читателем возникает картина морского пейзажа, пассажиров, которые греются на слабом январском солнце, укутав ноги в пледы.

Представленность этих координат в зачине произведения в значительной степени подчиняется закону компенсации: развернутость одной, например, пространства, почти всегда означает свернутость прочих:

*"Mr Boggis was driving the car slowly, leaning back comfortably in the seat with one elbow resting on the sill of the open window. How beautiful the countryside, he thought; how pleasant to see a sign or two of summer once again. The primroses especially. And the hawthorn. The hawthorn was exploding white and pink and red along the hedges and the primroses were growing underneath in little clumps, and it was beautiful"*⁵.

Мы видим, как мастерски автор рисует образ загородной Англии, используя лексико-синтаксические повторы слов *how, hawthorn*, а также союза *and*.

Конец, завершающий произведение,

³ Там же. С. 441.

⁴ Там же. С. 494.

⁵ Roald Dahl Collected Short Stories. - Penguin Books 1992. С. 49.

¹ Roald Dahl Collected Short Stories. - Penguin Books 1992. С. 545.

² Там же. С. 454.

как и начало, относится к сильным позициям. Конец произведения важен прежде всего тем, что это единственный компонент текста, актуализирующий категорию завершенности (целостности). Он закрывает художественную систему, "запечатывает" ее. Для автора конец текста всегда носит интенционный, индивидуально заданный характер. Интенционность завершения происходит из авторского предположения, что идея сформирована и адекватно представлена в своем развитии читателю. Для читателя, однако, однозначность авторского завершения отнюдь не самоочевидна. Чем больше самостоятельности разрешает автор читателю, тем выше вероятность того, что читатель не воспримет конец текста как завершение произведения. Отсюда, с читательской позиции, текстовые концовки классифицируются как "открытые" и "закрытые". Последние эксплицитны, они закрывают максимум сюжетных линий, доводят своих главных персонажей до конца их жизни или до достижения цели. После такого конца читатель не задает вопросов, связанных с возможной дальнейшей судьбой героев. Такие концовки характерны для дидактической, детской, фольклорной литературы. Открытый конец художественного произведения оставляет много вопросов и нередко сам выражен вопросом:

"Isn't he sweet?" she cried, looking up at Landy with big bright eyes. "Isn't he heaven? I just can't wait to get him home!"¹

Читатель находится в полном недоумении, когда начинает понимать, что эта милая женщина вовсе не собирается расставаться со своим мужем, а точнее тем, что от него осталось, и намерена забрать его мозг домой. Здесь, на наш взгляд, кроется весь абсурд ситуации.

Вопрос побуждает к поиску ответа. Открытый конец активизирует восприятие, побуждает к анализу, к возвращению к тексту произведения. Важность читательского соучастия особенно наглядно проявляется в произведениях, где сам автор предлагает читателю на выбор варианты возможных концовок, показывая этим неоднозначность трактовки:

"Look here, Jelks," Sir Basil was saying. "What on earth are you thinking about? This thing's much too dangerous. Give me the saw." And as he exchanged implements I noticed for the first time two little warm roses of colour appearing on his cheeks, and above them, all around the corners of his eyes, the twinkling tiny wrinkles of a smile"².

Здесь читателю остается только догадываться, что предпримет герой, пытающийся высвободить свою жену при помощи пилы, тем самым отправляя нас к значимому заглавию рассказа – "Neck" («Шея»). Еле заметная улыбка героя – *the twinkling tiny wrinkles of a smile* – подтверждает всю нелепость ситуации.

Конец, в отличие от начала, однонаправлен. Зачин имеет и левый контекст – заголовок, и правый – следующий за ним текст. За концом произведения не следует ничего, поэтому помимо актуализации функции завершенности следует принять во внимание делимитативную функцию конца произведения. Заголовок осуществляет ее, указывая верхнюю границу произведения, а конец – нижнюю.

Связь конца произведения с левым контекстом носит весьма тесный характер. В последнем абзаце, как правило, наличествуют анафорические заместители, лексические и синонимические повторы, создающие его когезию с предыдущим изложением. Чем теснее связи последнего абзаца с предыдущим, тем менее он содержательно самостоятелен и тем меньше его объем. Завершает произведение нередко однодвустрочный абзац или эллиптическая реплика персонажа:

"He must live, Alois. He must, he must... Oh, God, be merciful unto him now..."³. Здесь мы видим лексический повтор глагола *must*, который передает нам желание этой несчастной женщины, чтобы ее сын выжил. Кульминация рассказа наступает почти в самом конце, когда доктор впервые обращается к своей пациентке по имени (*Frau Hitler*):

"Just imagine, Frau Hitler, this time next year he will be almost learning how to walk.

² Roald Dahl Collected Short Stories. - Penguin Books 1992. С. 560.

³ Там же. С. 136.

¹ Там же. С. 36.

*Isn't it a lovely thought?"*¹.

И только благодаря этим словам доктора читатель осознаёт, что именно с этого момента, с появлением на свет маленького мальчика в городке Браунау-ам-Инн навсегда изменится ход истории человечества в XX столетии. Алогизм ситуации очевиден: с одной стороны, читатель сопереживает молодой матери, боящейся потерять новорождённого сына, а с другой стороны, думает о том, сколько бед и несчастий повлекло за собой рождение этого младенца.

Развернутый последний абзац, наоборот, содержит выводы, нередко авторское толкование идеи, заключенной в заголовке:

*"It wasn't more than a few weeks later that a picture by Soutine, of woman's head, painted in an unusual manner, nicely framed and heavily varnished, turned up for sale in Buenos Aires. That - and the fact that there is no hotel in Cannes called Bristol - causes one to wonder a little, and to pray for the old man's health, and to hope fervently that wherever he might be at this moment, there is a plump attractive girl to manicure the nails of his fingers, and a maid to bring him breakfast in bed in the mornings"*².

Здесь мы невольно задумываемся над судьбой старика, и очень не хочется верить, что с ним произошло что-то ужасное, но факты говорят об обратном. Обращение к заголовку – “Skin” («Кожа»), хотя речь идёт о портрете, заставляет читателя догадываться о том, какая ужасная судьба постигла старика (его, вероятнее всего, усыпили, сняли кожу и продали её в виде картины как шедевр известного художника Хайма Сутена). Возможно, логичнее было бы назвать рассказ иначе – «Шедевр» (“Masterpiece”), например, но в этом случае потерялся бы весь замысел автора – шокировать читателя и заставить его переосмыслить рассказ.

Подобные конечные абзацы тесно связаны с заголовком, что проявляется в его повторе, например, в рассказе “Mrs Bixby and the Colonel's Coat” Заглавные слова, открывающие произведение и завершающие его, становятся рамочной конструкцией, внутри которой и происходят все их пре-

вращения:

*"Isn't it a gorgeous day?" Miss Pulteney said as she went by, flashing a smile. There was a lilt in her walk, a little whiff of perfume attending her, and she looked like a queen, just exactly like a queen in her beautiful black mink coat the Colonel had given to Mrs Bixby"*³.

Здесь необходимо пояснить, что в качестве прощального подарка миссис Биксби получает от своего давнего любовника роскошную норковую шубу. Женщина не знает, как оправдаться перед мужем за столь неожиданный и дорогой подарок. Наконец, она придумывает сдать манто в ломбард и получает залоговый билет, но на вымышленное имя. Она говорит мужу, что нашла залоговый билет на улице и ей ужасно хочется пойти в ломбард и получить вещицу. Муж миссис Биксби, дантист, сам отправляется в ломбард забрать «сюрприз». Он приглашает жену на ланч, чтобы вручить ей «подарок». Когда миссис Биксби увидела, что её муж забрал из ломбарда, её удивлению не было предела: вместо норкового манто муж отдал ей невзрачный меховой воротник. Меховое же манто муж миссис Биксби подарил своей любовнице. В последнем абзаце автор рисует образ роскошной женщины в шубе, которая на самом деле принадлежала миссис Биксби. Читатель, возможно, ожидает совсем другого финала, но вся абсурдность ситуации передается посредством эффекта обманутого ожидания – излюбленного приёма автора, как бы заставит читателя врасплох.

Таким образом, начало и конец произведения занимают в тексте короткого рассказа сильную позицию и служат эффективным средством задерживать внимание читателя на важных по смыслу моментах, а также реализуют такие текстовые категории, как проспекцию, ретроспекцию, связность и завершенность. Из сказанного выше можно сделать вывод, что через связи текстового завершения и заголовка актуализируются категории системности и концептуальности, что еще раз подтверждает справедливость выделения конца в сильную позицию текста.

¹ Roald Dahl Collected Short Stories. - Penguin Books 1992. С. 133.

² Там же. С. 531.

³ Там же. С. 84.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Английская абсурдная поэзия. Эдвард Лир. Хилэр Беллок. Сэр Уильям Гилберт. Роальд. Даль. – С. 9.
2. Арнольд, И.В. Стилистика. Современный английский язык. - 6-е изд. - М.: Флинта: Наука, 2004. - С. 69-70.
3. Есин, А.Б. Принципы и приёмы анализа литературного произведения. - М., 2003. – С.5.
4. Залевская, А.А. Индивидуальное знание (специфика и принципы функционирования). – Тверь: Тверской гос. ун-т, 1992. – С. 91.
5. Козеняшева, Л.М. Лингвопоэтические средства создания образа слуги в английской литературе XIX-XX веков: дис...канд. филол. наук. – Самара, 2006. – 192 с.
6. Кухаренко, В.А. Интерпретация текста. - 2-е изд., перераб. - М: Просвещение, 1988. - С.121.
7. Кухаренко, В.А. Семантическая структура ключевых и тематических слов целого художественного текста // Лексическое значение в системе языка и в тексте. - Волгоград: Волгоградский гос. пед. ин-т, 1985. - С. 100.
8. Лукин, В.А. Художественный текст: Основы лингвистической теории. Аналитический минимум. - 2-е изд., переработ. и доп. - М.: Ось 89, 2005. - С. 180.
9. Мурзин, Л.Н., Штерн, А.С. Текст и его восприятие. - Свердловск: Изд-во Уральского гос. ун-та, 1991. - С. 85-86.
10. McInerney, S. No stranger to fiction // Sunday Tribune, July 13th, 2008.
11. Пузырев, А.В. Анаграммы как явление языка. Опыт системного осмысления. - М., Пенза: Ин-т языкознания РАН, Мин. образования РФ, Пензенский гос. пед. ин-т, 1995. - С. 133.
12. Pullman, P. What's the story? // Financial Times, October 1st 2004.
13. Сахарный, Л.В., Штерн, А.С. Набор ключевых слов как тип текста // Лексические аспекты в системе профессионально-ориентированного обучения англоязычной речевой деятельности. - Пермь: Пермск. политехнич. ин-т, 1988. – С. 42.
14. Сиротко-Сибирский, С.А. Смысловое содержание текста и его отражение в ключевых словах (на материале русских текстов публицистического стиля). АКД. - Л.: ЛГУ, 1988. – 15 с. - С. 9.
15. Roald Dahl Collected Short Stories. - Penguin Books, 1992.

УДК: 81

ББК: 81

Фу Цзао

АНАЛИЗ ТЕОРИИ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ПЕРЕВОДА В РОССИИ И КИТАЕ

Fu Jiao

AN ANALYSIS OF CHINESE AND RUSSIAN LITERATURE TRANSLATION THEORIES

Ключевые слова: теория художественного перевода, литературоведческая школа, лингвистическая школа, эквивалент, метод перевода.

Keywords: literature translation theory, literature school, linguistic school, equivalence, method of translation.

Аннотация: в Китае и России сложились различные теории художественного перевода. Между Россией и Китаем существуют отличия в национальном характере, истории развития перевода, языковой системе, вопросах философии и культуры, что способствует появлению разных научных школ и теорий перевода. На основе комплексного анализа существующих теорий перевода двух стран можно выявить актуальные направления дальнейшего развития художественного перевода в Китае и России.

Abstract: there exist many different literature translation theories in China and Russia. There are many differences between China and Russia in national characteristics, the development history of translation, language system, philosophy and culture, which contribute to different schools and translation theories. The paper will give some enlightenment to the further development of Chinese and Russian literature translation through analyzing thoroughly and systematically the translation theories of the two nations.

Перевод — это важная деятельность в сфере общения между разными народами мира. В отличие от информативного (специального) перевода, художественный перевод является более сложным, при этом он играет важную роль в передаче смысла литературно-художественного текста. В Китае и России существуют различные теории перевода, отличающиеся между собой как по культурному, языковому, национальному, так и по философскому основаниям.

Русская теория перевода занимает важное место в теории перевода в мире и сильно влияет на возникновение и развитие теории перевода в Китае. Задача данной статьи заключается в том, чтобы комплексно проанализировать художественный перевод в Китае и России, выявить их сходство и различие, сделать выводы. Данная статья поможет нам узнать главных представителей из китайских и русских переводчиков и их основные позиции. Исследование русской и китайской теорий перевода способствует развитию теории перевода в целом.

1. Возникновение и развитие теории

перевода в Китае

По исследованию Сюй Юаньчуна теория перевода в Китае начиналась с теории Конфуция и Лао-Цзы. Лао-Цзы показал то, что теория художественного перевода - это противоречивое единство многих факторов. Постепенно теория противоречия Лао-Цзы перешла в противоречие буквального перевода с вольным переводом по критериям: достоверности, доходчивости и изящества (три критерия хорошего перевода согласно Янь Фу). Взгляд Конфуция перешёл в две научные школы перевода: 1) перевод - основа художественного творчества; 2) в основе перевода - принцип оптимальности (с помощью лучшего, оптимального переводного языка можно перевести реальность в подлиннике). В современную эпоху разные китайские художественные переводные критерии постепенно сливаются.

Китайская теория перевода прошла пять этапов:

1.1 Перевод буддийского канона в древнем Китае. Представители: Чжи Цянь, Хуй Юань и танский монах Сюаньцзан.

1.2 Период поздней династии Цин.

Представители: Лян Цичао, Янь Фу, Линь Шу и братья Чжоу.

Янь Фу (1854—1921) - предшественник современной теории перевода, который положил начало разработке критериев перевода. Известный китайский специалист по художественным переводам, он сформулировал три критерия хорошего перевода: достоверности, доходчивости и изящества. Он считал, что в переводе существуют два важных элемента: специальный предмет перевода (например, западные общественные науки и учёные идеи) и специальная ориентация на читателей. В переводе он анализировал и оценивал подлинник, дополнение и выявление.

Линь Шу (1852—1924), мастер литературного перевода, вместе с другими переводчиками перевёл на древний литературный китайский язык 180 произведений европейских и американских авторов, используя способ устного чтения текстов. Согласно его позиции, слово можно изменить, но мысль - нельзя.

1.3 Период создания и становления Китайской Республики.

Представители: Мао Дунь, Лу Синь, Цюй Цюбай, Линь Юйтан и Чжу Гуанцян.

Лу Синь (1881—1936) – писатель и переводчик, один ведущих представителей современной китайской литературы, который показал, что в переводе оригинала литературного произведения первостепенное значение имеет смысл, а слова, которыми он передаётся, могут иметь второстепенное значение. Чтобы ясно передать смысл оригинала, можно пользоваться не точными, а близкими по значению словами. «Когда читатели читают мой перевод, они понимают смысл, передаваемый не точными, свободными словами», – говорил Лу Синь. Лу Синь надеялся, что с помощью перевода можно перестраивать китайскую языковую норму и обогащать экспрессивные средства речи.

Цюй Цюбай (1899—1935) – известный политический и литературный деятель, исследователь русской классической литературы, переводчик. Он не придерживался позиций Лу Синь и Янь Фумел и считал, что перевод должен быть и свободным, и точ-

ным.

Линь Юйтан (1895—1976) – писатель, философ и учёный-литературовед. Он выступал против буквального перевода. Он придавал большое значение искусству перевода и полагал, что перевод является проявлением мастерства самого переводчика. Он утверждал, что единственно правильного критерия перевода не должно быть и что вопросы перевода являются также вопросами психологии и языкознания. Линь Юйтан считал, что для совершенного перевода необходимо заранее познакомиться со стилем автора, и уже потом отразить его в переводном тексте.

1.4 Период после образования нового Китая.

Представители: Фу Лэй и Цянь Чжуншу.

Фу Лэй (1908—1966) внёс большой вклад в развитие теории перевода и показал, что переводчик – престижная профессия. Переводчику нужно прежде всего знать два главных составляющих перевода: оригинал автора и сам перевод. Фу Лэй считал, что переводчик должен учитывать множество сходств и различий в образе мышления и эстетике между китайской и западной культурой. Идеальный переводной текст можно сравнить с текстом, написанным иностранным автором на китайском языке.

Цянь Чжуншу(1910—1998) считал, что суть перевода направляет китайских читателей к автору подлинника. У читающего должно возникнуть ощущение того, что искусство перевода превзошло подлинник.

1.5 Время после реформы и открытости (современность).

В развитие современной теории перевода внесли весомый вклад многие выдающиеся переводчики, например: Ван Цзолян, Сюй Гочжан, У Цзинжун и Сюй Юаньчун и другие. Следует отметить, что в настоящее время современная китайская теория перевода испытывает значительное влияние со стороны многих западных теорий перевода, на которые опираются современные переводчики.

2. Теория перевода в России

2.1 Возникновение и развитие теории перевода в России

2.1.1 Теория перевода в России (20-е -

40-е годы первой половины XX века).

После Октябрьской революции в России начинаются активные исследования теории перевода. Важную роль в развитии теории и практики перевода в России сыграло издательство «Всемирная литература», созданное по инициативе А.М. Горького в 1918 году.

В брошюре «Принципы художественного перевода» и статье «Переводы прозаические» К. Чуковский раскрыл принципы перевода и показал, что переводчику нужно быть художником и мастером языка. Данное утверждение К. Чуковского является основополагающим для дальнейшего развития теории перевода в России.

В 1934 году в «Литературной энциклопедии» была опубликована статья А.А. Смирнова «Перевод», которая сыграла важную роль для совершенствования российской теории перевода: впервые было введено одно из конструктивных понятий теории перевода - «адекватность».

На первом Всесоюзном совещании переводчиков (1936 г.) М.Л. Лозинский сделал научный доклад на тему «Искусство стихотворного перевода», где была определена общая задача переводчика-поэта и обозначена эстетическая функция адекватного перевода.

Известный литературовед и переводчик И.А. Кашкин считал, что для развития теории перевода важное значение имеет понятие «реалистический перевод», которое аналогично по своей сути понятиям «реалистическая литература» и «реалистическое искусство». И.А. Кашкин был как теоретиком, так и практиком перевода, поэтому в его работах по переводу и в самих переводах, особенно произведений с английского языка, отражено единство замысла автора оригинала и мастера-переводчика.

С конца 20-х годов и в течение 30-х и 40-х годов переводчик совершенствовал своё мастерство перевода. В это время являются многие известные переводчики.

2.1.2 Теория перевода в России (50-е — 70-е годы XX века).

Теория перевода, основанная на лингвистике, стала развиваться только во второй половине XX века.

В 1950 году в сборнике «Теория и ме-

тодика учебного перевода» была опубликована статья Я.И. Рецкера «О закономерных соответствиях при переводе на родной язык», которой было положено начало становлению лингвистической теории перевода в России. В 1953 году опубликована его работа «Стилистико-грамматическое значение абсолютных конструкций в современном английском языке». В 1974 году Я.И. Рецкер опубликовал монографию «Теория перевода и переводческая практика», в которой он несколько упорядочил свою концепцию и уточнил терминологию. Главная мысль – при переводе должны быть учтены три вида соответствий: (1) эквивалентные соответствия, (2) вариантные и контекстуальные соответствия (3) все виды переводческих трансформаций.

В данный период времени были опубликованы основные теоретические работы А.В. Фёдорова: «Введение в теорию перевода» (1953 г.), «Введение в теорию перевода (Лингвистические проблемы)» (1958 г.), «Основы общей теории перевода (Лингвистический очерк)» (1968 г.), «Очерки общей и сопоставительной стилистики» (1971 г.), в которых была раскрыта основная позиция автора о том, что теория перевода является разделом лингвистики. Соответственно теоретические вопросы перевода должны изучаться в сфере лингвистики.

В работе В. Н. Комиссарова «Слово о переводе» (1973 г.) значительное внимание уделено анализу социальных и лингвистических аспектов перевода и предложены уровни его эквивалентности. Автор монографии исходил из того, что язык оригинала содержит две важных части: лингвистическую и экстралингвистическую.

Особое влияние на развитие теории и практики перевода в России оказали работы Л.С. Бархударова. В своих известных работах: «Язык и перевод» (1975 г.), «Общелингвистическое значение теории перевода» (1962 г.), «О лексических соответствиях в поэтическом переводе (на материале перевода И.А. Буниным «Песни о Гайвате» Г. Лонгфелло)» (1964 г.), «Процесс перевода с лингвистической точки зрения» (1964 г.), «Уровни языковой иерархии и перевод» (1969 г.), «Языковые значения и перевод» (1970 г.), «К вопросу о грамматических зна-

чениях и их передаче при переводе» (1972 г.), «О новом курсе «Теория и практика перевода» в пединститутах и на факультетах иностранных языков» (1973 г.), «Что нужно знать переводчику» (1978 г.) им проведён анализ сложившихся теоретических подходов к развитию лингвистических аспектов перевода. Одно из наиболее значимых научных достижений Л.С. Бархударова – описание уровней языковой иерархии применительно к переводу, что свидетельствует о том, что многие исследователи того времени обращались к системному подходу, как к методологическому основанию развития научных исследований. В современном языкознании принято различать следующие уровни языковой иерархии по его теории: (1) уровень фонем (для письменной речи — графем); (2) уровень морфем; (3) уровень слов; (4) уровень словосочетаний; (5) уровень предложений; (6) уровень текста, в также четыре элементарных типа: (1) перестановки; (2) замены; (3) добавления; (4) опущения.

Одновременно представитель литературоведческой школы Г.Р. Гачечиладзе опубликовал работы: «Проблема реалистического перевода» (1961 г.), «Вопросы теории художественного перевода» (1959 г.), «Введение в теорию художественного перевода» (1966 г.), в которых обосновал значение теоретических основ художественного перевода в концепции литературоведческого подхода.

2.1.3 Теория перевода в России (с 80-х годов XX века по настоящее время).

Теория перевода в России вступила в новый этап развития, начиная с 80-х годов XX века. В 1980 году опубликована монография В.Н. Комиссарова «Лингвистика перевода», в которой дано всестороннее описание лингвистической теории перевода. Также неопределимое влияние на развитие российской переводческой школы оказали произведения В.Н. Комиссарова: «Лингвистика перевода» (1980 г.), «Теория перевода (лингвистические аспекты)» (1990 г.), «Лингвистическое переводоведение в России» (2002 г.), «Современное переводоведение» (2004 г.).

Результаты исследований российских учёных изложены в ряде публикаций из-

вестных авторов: в 1983 году А.В. Фёдоров опубликовал «Основы общей теории перевода (Лингвистические проблемы)» и «Искусство перевода и жизнь литературы. Очерки».

Изданы известные работы Л.С. Бархударова: «И снова - «Эльдорадо» (1982 г.), «Некоторые проблемы перевода английской поэзии на русский язык» (1984 г.); работы Л.К. Латышева: «Курс перевода. Эквивалентность перевода и способы её достижения» (1981 г.), «Перевод: проблемы теории, практики и методики преподавания» (1988 г.), «Технология перевода» (2000 г.); пособия и монографии В.В. Сдобникова: «Теория перевода»; «Деловая документация на английском языке: составление и перевод» (1993 г.); «Терминологический минимум по коммерческому переводу английского языка для студентов IV курса переводческого факультета» (1999 г.), «Практикум по стилистике английского языка», «Проблемы теории, практики и критики художественного перевода», «О некоторых "вечных" проблемах теории перевода» (1997 г.); «О прагматических аспектах перевода» (1998 г.), «Задачи переводчика в нестандартной переводческой ситуации» (1998 г.), «Адекватность и эквивалентность как критерии оценки качества перевода» (1997 г.); работа Н.К. Гарбовского «Теория перевода» (2004 г.) и более 100 дипломных работ. Следует отметить, что во всех названных исследованиях утверждалось, что теория перевода основана на лингвистике.

Однако в 1980 году была опубликована научная монография Г.Р. Гачечиладзе «Художественный перевод и литературные взаимосвязи», в которой подробно и систематично изложены взгляды на теорию перевода литературоведческой школы.

2.2 Сходство и различия лингвистической школы и литературоведческой школы

Изучение исторических аспектов теории и практики переводческой деятельности способствует пониманию сути русской художественной теории перевода. В России существуют разные точки зрения на сущность художественного перевода. Один из наиболее обсуждаемых – вопрос о том, что представляет собой художественный перевод – науку или искусство? Другими слова-

ми, это вопрос о том, по какому критерию осуществляется процесс художественного перевода – по критерию науки или по критерию искусства? Можно ли в переводе следовать художественным законам? Если можно, то как? Эти вопросы и сегодня находятся в центре научного спора о теории перевода как в мире, так и в России, но до сих пор однозначный ответ на эти вопросы не найден. Исследование подходов лингвистической и литературоведческой школ к художественному переводу в России, анализ их сходств и различий помогут нам определить сущность перевода, что имеет важное значение для нашей практики перевода.

Мы можем анализировать сходство и различия лингвистической школы и литературоведческой школы, что поможет нам сформулировать выводы.

2.2.1 Сходство между литературоведческой и лингвистической школами.

2.2.1.1 Литературоведческая школа и лингвистическая школа перевода признают переводимость.

2.2.1.2 Странники обеих научных школ выступают против буквального перевода.

2.2.2 Различия между литературоведческой и лингвистической школами.

2.2.2.1 Различия в научных взглядах исследователей.

Мы считаем необходимым отметить, что почти все исследователи – странники литературоведческой школы являются писателями или художниками. Например: И.А. Кашкин, Г.Р. Гачечиладзе, П.М. Топер и др.

Исследователи–странники лингвистической школы в большинстве являются лингвистами или преподавателями. Например: А.В. Фёдоров, Я.И. Рецкер, Л.С. Бархударов, Л.К. Латышев, В.Н. Комиссаров, В.В. Сдобников, Н.К. Гарбовский и тд.

2.2.2.2 Различия по сущности перевода.

Представители и странники литературоведческой школы полагают, что хотя в литературе язык играет важную роль, но содержание намного важнее. В художественном переводе техника языка занимает второстепенное место, он является сред-

ством, а не самой целью. Художественный перевод является важной формой художественного творчества и представляет собой искусство. Сущность перевода – воспроизведение реалий искусства в переводном произведении; здесь перевод относится к сфере эстетики.

Представители и странники лингвистической школы не поддерживают данную точку зрения. Они считают, что теория перевода изучает законы сравнения двух языков, и в художественном переводе также надо изучать явление языка, анализировать языковое средство, потому что содержание и форма оригинала уже соединились в единое, а содержание передается только с помощью языкового средства; здесь теория художественного перевода относится к сфере лингвистики.

2.2.2.3 Различия подходов к переводу литературоведческой и лингвистической школ.

Странники литературоведческой школы полагают, что надо сравнивать и анализировать всю систему образа оригинала и переводного произведения.

Странники лингвистической школы настаивают на том, что оригинал и переводное произведение должны соответствовать друг другу по языку, - то есть язык или единица речи оригинала и переводного произведения должны иметь единое общее значение.

2.2.2.4 Различия по единице или по ведущему фактору перевода

По мнению представителей литературоведческой школы, ведущий фактор перевода – это чувство, ощущение и образ в художественном переводе.

Представители лингвистической школы полагают, что единица перевода – это предложение, абзац, последовательность речи.

2.2.2.5 Различия по методу перевода.

Основной метод перевода литературоведческой школы отражён в статье Л.Н. Соболева (1952) «О переводе образа образом». Главная идея статьи заключается в том, что при переводе создаётся один образ разными языками. Перевод меняет только язык, а не форму искусства.

Представители лингвистической шко-

лы считают, что надо передать свойственные отношения между содержанием и формой оригинала с помощью воспроизведения особенности формы оригинала или эквивалента этой особенности в функции.

Центром разногласий между двумя научными школами является сущность художественного перевода, и это привело к тому, что они по-разному рассматривают и определяют такие параметры перевода, как: критерий, метод, единица и ведущий фактор перевода.

Сторонники литературоведческой школы полагают, что сущность художественного перевода – это эстетический вопрос, который является центром всей теории художественного перевода. Они рассматривают перевод как форму искусства языка, то есть предлагают исследовать художественный перевод с точки зрения литературоведческой школы, а не с точки зрения лингвистической школы. Но сторонники лингвистической школы не соглашались с этим. Они полагают, что перевод произведения должен проводиться в сравнении одного языка с другим, перевод произведения осуществляется только в рамках языка. Они считают, что теория перевода – это раздел лингвистики.

3. Анализ и сравнение

Сравнение теоретических позиций литературоведческой и лингвистической школ в художественном переводе в России, анализ сходств и различий этих двух школ по научному фону, сущности, критерию, методу, единице или ведущим факторам художественного перевода позволяют утверждать, что обе школы признают переводимость, выступают против буквального перевода. Но у двух школ различий намного больше, чем сходств.

Представители литературоведческой школы почти все относятся к числу писателей и художников, а большинство представителей лингвистической школы — это лингвисты и преподаватели. Разные научные взгляды приводят к разным подходам. Лингвистическая школа основана на лингвистике. Она руководствуется таким принципом, как: язык – это ведущий фактор языка и считает, что без языка не могло бы быть и речи о функции перевода, не говоря

уже об искусственной ценности. На основе этой позиции лингвистическая школа полагает, что идеальный перевод – это прежде всего сохранить «эквивалент в языке». Но литературоведческая школа настаивает на литературоведении, полагая, что перевод – это искусство, а перевод стремится к эквиваленту в искусстве, эквивалент в языке должен подчиняться эквиваленту в искусстве. В результате лингвистической школой выдвинута позиция, что эстетический критерий перевода – это воспроизведение формы оригинала и художественной истины, выраженной с помощью формы, то есть переводное произведение и оригинал должны соответствовать друг другу в искусстве. Различие в методе приведет к различию в познании: лингвистическая школа главным образом исследует законы сравнения между разными языками, она пытается обобщить законы художественного перевода, опираясь на лингвистику (или на смежные науки лингвистики); а литературоведческая школа исходит из литературоведения, уделяла свое внимание эстетической значимости оригинала и переводного произведения, пытаясь выявить особенность художественного перевода в аспекте художественного творчества.

В результате сравнительного анализа мы сделали вывод: позиция российской литературоведческой школы должна стать общим требованием и макро-стандартом перевода, а позиция лингвистической школы должна служить конкретным практическим оперативным методом. Художественный перевод, в сочетании этих двух позиций, может достичь максимального эффекта.

Существуют сходства русского и китайского художественного перевода по критериям, целям и процессу. Анализ отношений между литературоведческой и лингвистической школами в России будет очень полезным для теории и практики перевода Китая.

Диалектическая взаимосвязь буквального перевода с вольным переводом является самым центральным требованием китайского и русского художественного перевода.

Хотя между Россией и Китаем суще-

ствуют множество различий в национальном характере, истории развития перевода, языковой системе, вопросах философии и культуры. В науке появляются разные теории перевода, но в обеих странах признаётся основной критерий перевода — верность оригиналу. Испытывая влияние философии, китайская теория художественного перевода подчеркивает чувства, подобно русской литературоведческой школе.

Переводчики переводят один и тот же оригинал, используя различные способы перевода, получая различные результаты. Таким образом, в процессе развития теории перевода как в Китае, так и в России, нашли применение как лингвистическая, так и литературоведческая школы. Так, например, в переводе поэмы М. Горького «Песня о Буревестнике» оптимально сочетаются лингвистическая и литературоведческая концепции перевода: *«Над седой равниной моря ветер тучи собирает. Между тучами и морем гордо реет Буревестник, чёрной молнии*

подобный... – пусть сильнее грянет буря!»
(在苍茫的大海上, 狂风卷集着乌云。在乌云和大海之间, 海燕象黑色的闪电, 在高傲的飞翔。.....让暴风雨来得更猛烈些吧!)。

(переводчик - Гэ Баоцюань)

На основе комплексного анализа теорий художественного перевода двух стран, мы считаем, что в художественном переводе целесообразно считать эстетическую функцию критерием перевода, при этом язык необходимо считать первым операциональным фактором. Таким образом, сочетание данных факторов позволит максимально достичь эквивалента оригинала и переводного произведения как по форме, так и по содержанию. На наш взгляд, это имеет важное значение для совершенствования теорий перевода в Китае, а также способствует развитию и обмену художественного перевода между двумя странами.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Бархударов, Л.С. Язык и перевод, – М.: Международные отношения, 1975. - 240 с.
2. Гарбовский, Н.К. Теория перевода. - М.: Издательство Московского университета, 2004. - 248 с.
3. Казакова, Т.А. Художественный перевод. - СПб.: Знание, 2002. - 113 с.
4. Комиссаров, В.Н. Лингвистическое переводоведение в России. - М.: ЭТС, 2002. - 184 с.
5. Топер, П.М. Перевод в системе сравнительного литературоведения. - М.: Наследие, 2001. - 253 с.
6. Федоров, А.В. Основы общей теории перевода (лингвистические проблемы): Для институтов и факультетов иностр. языков: учеб. пособие. – 5-е изд. - СПб.: Филологический факультет СПбГУ; М.: ФИЛОЛОГИЯ ТРИ, 2002. - 416 с.
7. Щичко, В.Ф. Китайский язык. Теория и практика перевода. - М.: Восток-Запад, 2004. - 223 с.
8. Фу, Цзао. Краткий сравнительный анализ литературоведческой и лингвистической школы в теории художественного перевода в России // Вопросы филологических наук. - 2010. - №5 (45). - С. 55-57.
9. 蔡毅, 段京华, 《苏联翻译理论》, 湖北教育出版社315页
10. 吴芳, 《俄汉成语的对比及其翻译》, 黑龙江大学
11. 吴克礼, 《俄苏翻译理论流派述评》, 上海外语教育出版社728页
12. 谢云才, 《俄罗斯翻译理论的语言学派与文艺学派》, 《外语学刊》2002年第一期97-101页
13. 杨仕章, 《俄语语言翻译学研究》, 外语与外语教学. 2005年05期

УДК:81

ББК: 81

Чэнь Чжэ

КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПЕРЕВОДЧЕСКИХ ОШИБОК
(НА ПРИМЕРЕ ПЕРЕВОДА РОМАНА Л.Н. ТОЛСТОГО "ВОЙНА И МИР"
КИТАЙСКИМ ПЕРЕВОДЧИКОМ ЦАО ИНОМ)

Chen Zhu

THE CULTURAL ASPECT OF TRANSLATION ERRORS
(THE CASE OF CAO YING'S CHINESE TRANSLATION OF THE NOVEL
"WAR AND PEACE" OF L.N. TOLSTOY)

Ключевые слова: перевод, ошибки перевода, литературный перевод, перевод с китайского языка на русский, Л.Н.Толстой, русская литература, Цао Ин, «Война и мир», культурология, переводческие стратегии.

Keywords: translation, translation errors, literary translation, translation from Chinese to Russian, L.N.Tolstoy, Russian literature, Cao Ying, "War and Peace", culture, translation strategies.

Аннотация: неточный перевод возник практически одновременно с появлением переводческой деятельности. Как повсеместное явление, он давно уже привлекает внимание отечественных и зарубежных ученых. Переводческие ошибки неизбежны, однако их минимизация и улучшение качества перевода зависит от личных усилий переводчика. В данной работе на примере перевода романа Л.Н.Толстого «Война и мир» китайским переводчиком Цао Ином рассматривается культурологическая составляющая переводческих ошибок. В соответствии с тремя уровнями структуры культуры, предложенными Пан Пу, в настоящей работе культурные переводческие ошибки также подразделены на три категории: ошибки перевода информации из области материальной культуры, ошибки перевода информации из области нормативной культуры и ошибки перевода феноменов идеологической культуры. На основе переводческих примеров из оригинала и китайских переводов романа «Война и мир» доказывается закономерность такой классификации.

Abstract: translation errors appeared almost simultaneously with the translation activities. As a widespread phenomenon, it has attracted the attention of domestic and foreign scientists for a long time. Translation mistakes are inevitable, however, their minimization and improvement of the quality of translation depends on personal efforts of translators. In this work, on the examples of Cao Ying's Chinese translation of the novel of L.N. Tolstoy's "War and peace", we consider the cultural component of translation errors. In accordance with the three levels of culture proposed by Pang Pu, in this work the cultural translation errors are also divided into three categories: information errors from the field of material culture, information errors from the field of regulatory culture and information errors of the ideological phenomena of the culture. On the basis of translation examples from the original and Chinese translation of the novel "War and peace", we prove the regularity of such a classification.

"В тексте перевода обязательно присутствуют ошибки: перевод без ошибок – все равно что воздух без кислорода"¹. Люди начали заниматься переводом почти одновременно с возникновением устной речи и

письменности, а ошибки перевода являются сопутствующим продуктом переводческой деятельности. Представляя собой универсальное явление в переводе, они давно привлекают внимание ученых.

В зависимости от причины переводческих ошибок профессор Се Тяньчжэнь выделяет три их типа: 1) неправильный пере-

¹ Лю Дуотиань. Правильно относиться к переводческим ошибкам // Китайский перевод, 1986(03). С. 57.

вод, вызванный небрежностью или невнимательностью переводчика, 2) неправильный перевод из-за недостаточного владения переводчиком иностранным языком, 3) неправильный перевод из-за культурного различия между страной исходного языка и страной целевого языка. Первые два упомянутых типа относятся к языковым ошибкам перевода, последний – к неправильному переводу культурологической составляющей. Профессор Ян Шичжан своим трудом «Основные ошибки перевода с русского на китайский» также исследует переводческие ошибки и разделяет их на языковые и культурологические.

В настоящей работе также используется данная классификация с выделением языковых и культурологических ошибок перевода. Ниже мы рассматриваем так называемые культурологические ошибки перевода, а именно культурологический аспект переводческих ошибок.

Национальная культура складывается постепенно, в процессе существования и развития этноса. Она является концентрированным результатом познания и преобразования мира представителями этноса на протяжении многих поколений, опирающимися на естественные и социальные условия существования. Большинство исследователей сходятся во мнении, что общность культур как явление превалирует в культуре человечества, – иными словами, между любыми двумя культурами мира имеется множество сходств. Эти сходства не только являются основой и необходимым условием общения и взаимодействия между разными культурами, но и одновременно предпосылкой для существования профессии переводчика. В то же время, даже при большой доле общих черт, каждая национальная культура имеет свой собственный уникальный путь и закономерности развития, то есть у каждой культуры присутствует свой индивидуальный характер. Поэтому многочисленные различия между культурами также неизбежны, как и сходство.

Каждая страна и каждый народ проходят свой уникальный процесс развития, который откладывает отпечаток на культуру этого народа. Благодаря данному историческому процессу развития в глубинной

структуре языка формируются скрытые культурные коды. Эти культурные коды уникальны для каждой страны. Они хорошо известны представителям страны-носителя культуры, но плохо или совсем неизвестны иностранному читателю. Как раз они и представляют суть межкультурных различий. Недостаточно правильное понимание культурных различий становится причиной множества переводческих проблем. Неумелый подход переводчика к таким проблемам с большой вероятностью приводит к ошибкам в переводе. Избежать переводческих ошибок крайне сложно, даже если переводчик обладает глубокими познаниями в области иностранной культуры исходного языка.

В своей работе "Рассуждения о переводе культуры" профессор Ян Шичжан в зависимости от коммуникативной ценности культурной информации, содержащейся в исходном тексте и передаваемой во время перевода (который сам по себе является актом межкультурной коммуникации), подразделяет культурную информацию на основную, второстепенную и нулевую¹. Основная культурная информация, также называемая ключевой культурной информацией, обладает наибольшей коммуникативной ценностью. Второстепенная культурная информация содержится в языковых единицах, несущих определенную культурную информацию, которая не играет основной роли в процессе понимания оригинального текста, а играет второстепенную роль, являясь дополнительной культурной информацией. Основная и второстепенная культурная информация совместно воздействуют на восприятие текста читателем, помогая ему полноценно осмыслить оригинал. Под нулевой культурной информацией понимается культурная информация, практически не обладающая коммуникативной ценностью. Необходимо обратить внимание на то, что нулевая информация не имеет практической ценности исключительно в рамках обмена культурной информацией, а не для текста в целом.

В действительности, культурная информация в переводных текстах чрезвычай-

¹ Ян Шичжан. Рассуждения о переводе культуры. - Пекин: Военное изд. И Вэнь, 1996. С. 169.

но богата, в то время как вероятность того, что переводчик сможет донести каждую из единиц культурной информации до читателя, невелика, а иногда этого и не требуется вовсе – напротив, такой перевод может привести к нежелательному результату. Поэтому под так называемыми ошибками передачи культурологической информации понимаются такие ошибки перевода, при которых переводчик не уделит внимания либо уделит недостаточное внимание культурной составляющей исходного текста, которую было необходимо сохранить в переводном тексте, что привело к трудностям в понимании либо неверному пониманию перевода читателем.

Типы культурологической информации определили типы ошибок при переводе культурной составляющей. Несмотря на то, что методы классификации культурологической информации культурологами не абсолютно идентичны, результаты такой классификации в общем схожи. Например, Лю Шоухуа в своей работе "Очерки по культурологии" предлагает выделять четыре составляющих культуры: материальную культуру, нормативную культуру, культуру поведения и духовную культуру¹. В то же время, немало исследователей выступают за выделение трех аспектов культуры. Хань Миньцин в "Теории культуры" считает, что нормативная культура относится к культуре поведения, потому что последняя включает как модели, так и нормы поведения. В соответствии с последним замечанием, он выделяет материальную, поведенческую культуру и идеологическую культуру².

Наш современник, китайский исследователь Пан Пу, в 1986 году в своей работе "Структура культуры и современный Китай" отмечал, что структура культуры включает в себя три плана: культуру материального производства, культуру нормативного поведения и культуру духовной сферы и психологии³. Все три уровня тесно переплетены между собой, образуя единую

систему – культурный организм.

В соответствии с тремя уровнями структуры культуры, предложенными Пан Пу, в настоящей работе культурная информация также будет подразделена на три категории:

Первая категория – это информация, относящаяся к материальной культуре, включая уникальные национальные орудия производства и транспортные средства, домашнюю утварь и хозяйственные инструменты, строительные технологии, одежду и украшения, кулинарные изделия, условия проживания и многое другое.

Вторая категория – это информация из области нормативной культуры, включая уникальную национальную экономику, политическую систему, институт брака, традиции и обычаи, вероисповедание, родственные отношения, табуированные имена и фамилии, военное дело, законодательство, этикет и т.д.

Третья категория – это информация из сферы духовной культуры, которая включает национальный характер, идеологию и мораль, систему ценностей, эстетическое восприятие, менталитет, религиозные чувства и т.д.

Следовательно, мы можем разделить переводческие ошибки культурного плана на следующие три типа в соответствии с представленными выше тремя категориями культурологической информации, а именно: ошибки перевода информации, относящейся соответственно к материальной, нормативной и духовной культуре.

1. Ошибки перевода информации из области материальной культуры

Так называемая материальная культура – это культура, которая может быть непосредственно воспринята органами чувств. Это проявление культуры в материальном аспекте. Воплощенная в материальных формах и носителях, материальная культура передает суть национальной культуры. Все остальные аспекты культуры в той или иной степени также отражены на материальном уровне, поэтому состояние и уровень развития общества также находят свое воплощение в материальной культуре.

Каждый народ обладает своей уникальной материальной культурой, включая

¹ Лю Шоухуа. Очерки по культурологии. - Пекин: Изд. высшего образования, 1992. С. 39-49.

² Хань Миньцин. Теории культуры. - Наньнин: Гуансиское изд. народа, 1989. С. 100-151.

³ Пан Пу. Структура культуры и современный Китай // Китайская социальная наука. 1986(05). С. 81-98.

уникальные национальные орудия производства и транспортные средства, домашнюю утварь и хозяйственные инструменты, строительные технологии, одежду и украшения, кулинарные изделия, условия проживания т.д., что неизбежно приводит к значительным трудностям в процессе перевода. Переводческие ошибки названного выше плана возникают в ситуациях, когда переводчик либо недостаточно хорошо знаком с переводимой культурой, либо пользуется недостаточно подходящими средствами для ее перевода.

Пример : - *Холодных, стало быть, три? – спрашивал повар.*

Граф задумался.

- Нельзя меньше, три... майонез раз, - сказал он, загибая палец... («Война и мир». Тома 1 и 2, стр. 254)

“冷菜要三道, 是吗?” 厨师问。

伯爵考虑了一下。

“三道, 不能再少了.....**蛋黄色拉**一道, ”伯爵弯曲一个手指说..... (草婴, 403页)

Исправленный вариант:

“冷菜要三道, 是吗?” 厨师问。

伯爵想了想。

“不能再少, 三道.....第一道**沙拉油凉拌菜**。”他扳着指头说.....

В русском языке "майонез" может обозначать как соус, приготовленный из растительного масла, яичного желтка, уксуса, приправ и других ингредиентов, так и холодное блюдо, приготовленное из рыбы, птицы, овощей и заправленное салатным соусом. Оба кулинарных продукта родом из Франции. В примере описывается сцена романа, в которой граф Ростов готовится к обеду для приема князя Багратиона и обсуждает меню на обед с поваром. Поскольку в данном примере граф выбирает холодные блюда, а майонез в первом указанном выше значении – это соус, который не относится к холодным закускам, то "майонез" в китайском переводе не должен переводиться как "соус на яичном желтке"

(“蛋黄色拉”), и такой перевод является недостаточно точным.

Пример : *В комнате с закрытыми изнутри ставнями было жарко..... Князь Андрей встал и подошел к окну, чтобы отворить его. Как только он открыл ставни, лунный свет, как будто он настороже у окна давно ждал этого, ворвался в комнату. («Война и мир». Тома 1 и 2, стр. 350).*

屋子里关上百叶窗, 很热.....安德烈公爵爬起来, 走到窗前开窗。
他一打开百叶窗, 月光仿佛早就守候在窗外, 一下子倾泻进来。 (草婴, 559页)

Исправленный вариант:
房间里的护窗板 (在窗户上安装的整块木板, 常见于欧洲国家) 从里面关上了, 很热...
...安德烈公爵从床上起来, 走到窗户前, 想把它打开。

他一拉开护窗板, 月光一下子就照射进来, 好像早就在窗外等候似的。

Ставнем в русском языке называется щит, которым снаружи или изнутри закрывают окно. Этот защитный и декоративный элемент используется в европейской архитектуре либо в стилизации под европейскую архитектуру. Ставни и жалюзи – это, разумеется, не одно и то же. Последние берут свое начало в Китае. Конструкция жалюзи представляет собой расположенные параллельно вертикальные или горизонтальные пластины, которые не закрываются полностью, в то время как ставень – это цельный щит, который после затворения полностью закрывает окно и изолирует помещение от сквозняков и проникновения света. В европейских странах, и особенно во Франции, ставни являются неотъемлемым атрибутом жилища и служат в первую очередь для затенения помещения, его шумоизоляции, регуляции температуры, а также защиты от воров и чужих глаз. В русском варианте однозначно говорится, что до того, как князь Андрей открыл ставни, в комнате было жарко и душно, и в комнату не попадал

лунный свет. Предвосхищая недоумение китайского читателя по поводу слова "ставни" (поскольку в Китае на окнах их увидишь нечасто), Цао Ин, возможно, намеренно заменил его на "жалюзи" – объект материальной культуры, хорошо знакомый жителям Поднебесной. Однако при таком выборе реципиент переводного текста может обнаружить расхождение с описанием в исходном тексте, потому что жалюзи не полностью закрывают окно. Поэтому при использовании слова "жалюзи" невозможно представить сцену, описанную в примере.

Пример: Но, несмотря на запрещение, павлоградские солдаты эскадрона Денисова ели преимущественно машкин сладкий корень, потому что уже вторую неделю растягивали последние сухари, выдавали только по полфунта на человека, а картофель в последнюю посылку привезли мерзлый и проросший. («Война и мир». Тома 1 и 2, стр. 330).

不过，尽管发了禁令，杰尼索夫骑兵连的保罗格勒士兵主要还是靠玛莎甜根充饥，因为每人只发半磅干粮已有一个多星期了，而新运到的土豆又都冻坏，抽了芽。

(草婴，526页)

Исправленный вариант:
但是尽管有禁令，杰尼索夫连的士兵吃的主要是玛什卡甜根，因为最后的一点干粮已经吃了一个多星期了，当时每人只发半俄磅（一俄磅合四百零九点五克）土豆，而且最后一次运来的土豆是冻坏和长了芽的。

Русский фунт – это специфичная для русской культуры единица измерения массы. Полфунта, соответственно, – половина фунта. Один фунт примерно равен 409,5 грамма. Фунт также является мерой веса в Англии, США и ряде других стран и примерно соответствует 453,6 грамма. Английский фунт и фунт в царской России – это неидентичные единицы измерения массы, обозначающие разный вес. Цао Ин переводит российские полфунта просто как "полфунта" в исходном тексте, и этого явно недостаточно для правильного понимания

текста. Во-первых, такой перевод лишает китайского читателя возможности знакомства со специфической для русской культуры меры веса, а с другой стороны, искажает информацию о точном количестве провианта, описанную в исходном тексте. Половина российского фунта равна 204,8 грамма, а половина английского фунта – 226,8 грамма. Хотя разница и незначительная – всего 22 грамма, – но все равно фактически искажен смысл исходного текста. В данном случае более удачным вариантом перевода является перевод с добавлением примечания переводчика, выбранный Чжан Цзе, который не только позволил читателю ближе познакомиться с русской культурой, но и гарантировал точную передачу смысла оригинала.

2. Ошибки перевода информации из области нормативной культуры

Под нормативной культурой понимается аспект культуры, рассматривающий отношение человека к себе, а также взаимоотношения одного индивида с другим, взаимоотношения индивида с группой людей, взаимоотношения одной группы людей с другой. Это проявление культуры в плане социальной организации и организационной системы). В нормативной культуре совокупно воплотились материальные и духовные требования организационной культуры к организации, включая такие области как экономика, политическая система, институт брака, традиции и обычаи, вероисповедание, родственные отношения, табуированные имена и фамилии, военное дело, законодательство, этикет и т.д. Недостаточно хорошее знакомство переводчика с феноменами нормативной культуры, упоминаемыми в исходном тексте, либо непонятная для читателя целевого языка интерпретация этих феноменов переводчиком также приводят к непреднамеренным переводческим ошибкам культурного плана.

Пример: - Вот Софья Александровна непременно увидят, - шепотом сказала Дуняша, - а вы все смеетесь. («Война и мир». Тома 1 и 2, стр. 439).

“啊，宋尼雅小姐一定能看见，”杜尼雅莎低声说：“可您老笑。”

” (草婴, 707页)

Исправленный вариант:
“**索菲娅·亚历山德罗夫娜 (索菲娅·亚历山德罗夫娜是索尼娅的名字和父称)**一定能看见, ”杜尼亚莎低声说, “您老是笑。 ”

Русские имена состоят из трех частей: имени, фамилии и отчества. При уважительном обращении к человеку (например, к учителям или руководителям) к нему, как правило, обращаются по имени и отчеству. Дуняша – служанка в семье Ростовых, горничная Наташи – следовательно, Соня для нее – хозяйка, и к ней нужно обязательно обращаться по имени и отчеству. "Софья Александровна" в исходном тексте и есть имя и отчество Сони, и такое обращение к ней прислуги полностью соответствует этикету. В китайском же языке имя состоит из фамилии и имени, а отчество отсутствует. В Китае для уважительного обращения к лицу после самого личного имени адресата часто используются такие слова, как "господин", "госпожа". Именно поэтому Цао Ин перевел русскую формулировку "имя+фамилия" ("Софья Александровна") привычной для китайского читателя формулой обращения "имя+обращение": "宋尼雅小姐" (дословно: "госпожа Соня").

Из такого перевода китайский читатель может понять, что служанка обращается к своей госпоже с уважением, но уже лишен возможности познакомиться с совершенно отличной от китайского узуса уважительной русской формулировкой "имя+отчество", поэтому такой перевод можно рассматривать как неверный перевод культурологического аспекта. Здесь можно было бы использовать транслитерацию с аннотацией, которая бы не только позволила осуществить перевод без потерь, но и гарантировала бы полное понимание текста китайским реципиентом.

Пример: *Они тихо лили воск и смотрели на тени выходящих фигур, когда зашумели в передней шаги и голоса приезжих.* («Война и мир». Тома 1 и 2, стр. 435).

她们悄悄滴着蜡烛油, 然后看它形成

的样子。

这时, 前厅里传出来客的脚步声和说话声。

(草婴, 700页)

Исправленный вариант:
当前厅里响起来客的脚步声和说话声时, 她们正在静静地往水中浇蜡, 观看着凝结成的形状 (旧时俄国民间常根据浇到水中的蜡凝结成的形状算命)。

По действию романа, Николай, Наташа и Соня во время рождественских Святков направляются во главе с группой ряженных в дом семьи соседей Мелюковых. В приведенном примере описывается сцена, когда они заходят в дом. В романе описанию того, как дочери госпожи Мелюковой капали воск в воду, посвящено только одно приведенное в примере предложение, и далее (или ранее) по тексту не приводится никаких дополнительных подробностей этой сцены. Цао Ин описал эту сцену, переведя всю информацию в исходном тексте, но китайский читатель, видя этот перевод, задается вопросом о смысле этой сцены и действий героев. На самом деле, литье воска – это древний способ гадания на Руси, когда гадающие рассматривают фигуры, образованные застывшими в воде каплями воска, и как раз этим занимались дочери Мелюковой в описанной Л.Н. Толстым сцене. В исправленном варианте перевода, наряду с описанием оригинальной сцены добавлено ее пояснение, снимающее какие-либо вопросы со стороны китайского читателя.

3. Ошибки перевода феноменов идеологической культуры

Духовная культура является квинтэссенцией и центральной частью национальной культуры. В ней воплощается дух народа и содержится ключ к его пониманию. Духовная культура включает в себя национальный характер, идеологию и мораль, систему ценностей, эстетическое восприятие, менталитет, религиозные чувства народа и т.д. Феноменами этого аспекта культуры являются абстрактная духовная деятельность сокрытая на ее самом глубинном уровне.

Идеологическая культура аккумулиру-

ется в процессе исторического развития отдельно взятого народа и не является явлением, легко доступным для осмысления и передачи своими словами представителем другого народа. Поэтому перевод понятий духовной культуры связан со значительными трудностями и высокой вероятностью возникновения непреднамеренных ошибок.

Пример: Я удался к себе, перечел письма Иосифа Алексеевича, вспомнил свои беседы с ним и из всего вывел то, что я не должен отказывать просящему и должен подать руку помощи всякому, тем более человеку, столь связанному со мною, и должен нести крест свой. («Война и мир». Тома 1 и 2, стр. 364).

Я вернул себя в комнату, перечел письма Иосифа Алексеевича, вспомнил свои беседы с ним и из всего вывел то, что я не должен отказывать просящему и должен подать руку помощи всякому, тем более человеку, столь связанному со мною, и должен нести крест свой. («Война и мир». Тома 1 и 2, стр. 364).

Исправленный вариант:
Я вернул себя в комнату, перечел письма Иосифа Алексеевича, вспомнил свои беседы с ним и из всего вывел то, что я не должен отказывать просящему и должен подать руку помощи всякому, тем более человеку, столь связанному со мною, и должен нести крест свой. («Война и мир». Тома 1 и 2, стр. 364).

Цао Ин дословно перевел русское выражение "нести свой крест" на китайский язык. Любой верующий христианин без всяких сомнений хорошо знаком с этим фразеологизмом и понимает его смысл. Однако количество исповедующих христианство в Китае не превышает пять процентов населения – это, можно сказать, совсем незначительная доля в общем населении страны. Другими словами, большинству жителей Китая выражение "нести свой крест" незнакомо и совершенно ни о чем не говорит. Поэтому в данном случае не совсем уместно прибегать к дословному переводу фразеологизма. По сути дела, крест является центральным символом христианства. Бого-

словы разных эпох занимались подробной трактовкой его символического смысла. Иисус был распят на кресте вовсе не из-за своего неповиновения, а, наоборот, потому что покорился воле Отца Небесного. Поэтому крест символизирует страдание, послушание и терпение, а выражение "нести свой крест" означает "покорно сносить и терпеть тяготы жизни". При переводе этого выражения можно добавить примечание, объясняющее смысл фразы для не исповедующих христианство китайских читателей.

Пример: Слух носится, что вы думаете о мире. Чтобы помириться, боже сохрани! После всех пожертвований и после таких сумасбродных отступлений – мириться: вы поставите всю Россию против себя, и всякой из нас за стыд поставит носить мундир. («Война и мир». Тома 3 и 4, стр. 88).

“传说您在考虑讲和。

讲和，上帝保佑！

在作出种种牺牲，疯狂地撤退后讲和，这样您就会使全体俄国人起来反对您，我们穿军服者亦将无地自容……” (草婴，937页)

Исправленный вариант:

“传说您在考虑讲和。

我的上帝，讲什么和！

在作出了所有这些牺牲之后，在这样疯疯癫癫地退却之后讲和，您就会使整个俄国起来反对您，我们当中每一个人将耻于再穿军装……”

В примере выше приведен отрывок из письма князя Багратиона Аракчееву, написанного уже после того, как французская армия заняла Смоленск. "Боже сохрани" в русском оригинале может быть понято буквально как благословение "храни тебя Господь". На самом же деле, здесь оно означает "не хотеть или не позволять чему-либо случиться, даже и в мыслях про такое не думать" и может быть переведено фразами "Как можно такое допустить?!", "Ни в коем случае!" и т.п. Цао Ин переводит эту фразу дословно. В результате она выбивается из общего повествования, поскольку не связа-

на по смыслу с контекстом. А перевод "Боже мой, о каком перемирии может идти речь?" однозначно передает смысл оригинального текста "не хочу, чтобы это случилось", позволяя читателю правильно понять смысл. Кроме "боже сохрани" в русском

языке также часто используются синонимичные выражения "боже оборони", "боже упасти" и т.д., передающие схожий прямой и переносный смысл.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Абдрахманова, О.Р. Роль переводческой ошибки в обучении переводу // Вестник Челябинского государственного университета. – Челябинск, 2014. - №6. - С. 6-9.
2. Алексеев, М.П. Проблема художественного перевода. - Иркутск: Академия, 1931. 30 с.
3. Алексеева, И.С. Текст и перевод. – М.: Международные отношения, 2008. – 184 с.
4. Андрес, А. Дистанция времени и перевод // Мастерство перевода. - 1964. - 128 с.
5. Бархударов, Л.С. Язык и перевод (вопрос общей и частной теории перевода). – М.: Международные отношения, 1975. – 239 с.
6. Бурбак, Е.В. Лингвистическая интерпретация реалий. - Киев: КГПИ, 1986. - 193 с.
7. Верещагин, Е.М., Костомаров, В.Г. Лингвострановедческая теория слова. - М.: Русский язык, 1980. - 320 с.
8. Гарбовский, Н.К. Теория перевода. - М.: Изд. Московского университета, 2004. - 544 с.
9. Гэ, Баоцюань. О трудностях перевода. - Пекин: Изд. Пекинского университета, 1989. - 157 с.
10. Княжева, Е.А. Оценка качества перевода: проблемы теории и практики // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. - Воронеж. - С. 190-195.
11. Комиссаров, В.Н. Лингвистика перевода. - М.: Междунар. отношения, 1980.
12. Комиссаров, В.Н. Теория перевода. М.: Высшая школа, 1990. - 167 с.
13. Комиссаров, В.Н. Современное переводоведение. - М.: ЭТС, 2001. - 424 с.
14. Ланчиков, В.К. Ошибки без кавычек. - URL: <http://www.thinkaloud.ru/archive.html>.
15. Латышев, Л.К. Технология перевода. – М.: Академия, 2008. - 320 с.
16. Ли, Цинь, Мэн, Цинхэ. Грамматика русского языка. - Шанхай: Шанхайское изд. образования иностранных языков, 2006. - 714 с.
17. Лю, Дуотиань. Правильно относиться к переводческим ошибкам // Китайский перевод. – 1986. - №3. - 158 с.
18. Лю, Шоухуа. Очерки по культурологии. - Пекин: Изд. высшего образования, 1992. - 398 с.
19. Миньяр-Белоручев, Р.К. Теория и методы перевода. - М.: Мос-кий Лицей, 1996. - 208 с.
20. Пан, Пу. Структура культуры и современный Китай // Китайская социальная наука. – 1986. - №5. - 250 с.
21. Топер, П.М. Перевод в системе сравнительного литературоведения. – М.: Наследие, 2001. - 254 с.
22. Тюленев, С.В. Теория перевода. – М.: Гардарики, 2004. - 336 с.
23. Хань, Миньцин. Теории культуры. - Наньнин: Гуансиское изд. народа, 1989. - 438 с.
24. Цянь, Чжуншу. Переводы Лин Шу. - Пекин: Коммерческое изд., 1981. - 103 с.
25. Ян, Шичжан. Рассуждения о переводе культуры. - Пекин. Военное изд. И Вэнь, 1996. - 267 с.

ОТЕЧЕСТВЕННАЯ ФИЛОЛОГИЯ

УДК: 81-112

ББК: 81

Али Наджа Хасан

СЕМАНТИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОЦЕНОЧНОЙ ЛЕКСИКИ,
ИМЕНУЮЩЕЙ ПЕРСОНАЖЕЙ, В ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЯХ
А.П. ЧЕХОВА

Ali Nadzha Hassan

SEMANTIC CHARACTERISTIC OF ESTIMATED LEXICON,
CALLING CHARACTERS, IN WORKS OF ART BY A.P. OF CHEKHOV

Ключевые слова: лексическая семантика, оценочная лексика, агентивы, оценочная асимметрия, эмоционально-оценочный компонент значения, эмоциональная оценка, семема, сема.

Keywords: lexical semantics, evaluative vocabulary, agentive, the estimated asymmetry, emotional-evaluative component of meaning, emotional evaluation, semema, SEMA.

Аннотация: статья посвящена исследованию особенностей организации семантики оценочной лексики, именующей персонажей, в художественных произведениях А.П. Чехова. Особое внимание в статье уделяется описанию оценочной асимметрии словесных знаков - агентивов, причины возникновения которой обусловлены спецификой языковой системы и своеобразием коммуникативного поведения русского народа. В работе рассматриваются разновидности оценочных номинаций, среди которых весьма интересную группу образуют слова, содержащие в плане содержания семы шутливости или ироничности, способные в зависимости от контекста выражать как положительную, так и отрицательную оценку. В заключение делается вывод о том, что эмоционально-оценочный компонент лексической семантики может занимать различное место в структуре значения оценочных словесных знаков, называющих человека.

Abstract: the article is devoted to peculiarities of the semantics of evaluative vocabulary describing the characters in the literary works of Anton Chekhov. Special attention is paid to the description of the evaluation of the asymmetry of verbal signs - agentive, the causes of which is due to the specificity of the linguistic system and the uniqueness of the communicative behavior of the Russian people. The paper discusses the variety of evaluative categories, among which a very interesting group consists of words that contain in terms of content, seven of playfulness or irony, is capable, depending on the context to Express both positive and negative evaluation. In conclusion, it is concluded that the emotional and evaluative component of lexical semantics can take different place in the structure of the estimated values of verbal signs, calling people.

Научное освоение проблемы оценочных наименований человека базируется в основном на анализе основных способов создания подобных номинаций и средствах выражения эмоционально-оценочного содержания. Однако, на наш взгляд, не менее важной представляется проблема изучения этих номинаций в речевом аспекте, в частности, в художественной речи, в которой смысловые наложения слов проявляются ярче, чем в речи общепотребительной. К тому же особенности формирования и функционирования оценочных наименований персонажа в языке художественных произ-

ведений А.П. Чехова не были до сих пор предметом целостного, системного изучения (см. работы Е.Н. Нагорной, С.С. Гусевой, К.К. Тон, Н. Хади Джавада, М. Садра, М.А. Х. Ваффа Эльвия и др.)¹.

¹ Гусева, С.С. Номинативная парадигма единиц, обозначающих лица, и ее функционирование в тексте (на примере текстов А.П. Чехова): дис...канд. филол. наук. М., 2017; Нагорная, Е.Н. Зоометафора в системе языка и в дискурсе чеховской прозы: дис...канд. филол. наук. Таганрог, 2014; Садр, М. Номинации человека произведения А.П. Чехова: ономаσιологический аспект: дис...канд. филол. наук. Астрахань, 2011; Тон, К.К. Системно-структурная организация зооморфизмов русского языка: на материале произведений Чехова и Зоценко:

В произведениях А.П. Чехова для характеристики персонажа широко употребляется оценочная лексика. Как показал анализ фактического материала, данная группа лексических единиц имеет в своей семантической структуре эмотивный, или эмоционально-оценочный, компонент значения. Данный семантический компонент включает «семы, отражающие принятое в обществе эмоционально-оценочное восприятие той или иной реалии, эмоционально-оценочное отношение к сообщаемому»¹.

Оценочная лексика исследуемого разряда с семантической точки зрения может быть представлена двумя основными разновидностями, среди которых выделяются:

1) *номинации, в плане содержания которых присутствуют семы мелиоративной (положительной) эмоциональной оценки, представленные семами ласкательности, одобрительности*², а также семами восторга и восхищения;

2) *номинации, в плане содержания которых присутствуют семы пейоративной (отрицательной) эмоциональной оценки, представленные семами неодобрения, пренебрежения, презрения, отвращения/ омерзения, негодования.*

Анализ единиц первой группы показал, что семы ласкательности, как правило, присутствуют в семантике слов с уменьшительно-ласкательными суффиксами и выражает положительную оценку. Например: «*Я, душенька* (разг., ласкат.) – обращение, преимущ. к женщине», *хочу погулять, по озеру покататься* («За двумя зайцами погонишься, ни одного не поймаешь»); «*Чего же ты молчишь, херувимчик?*» (употр. как ласкат. название, преимущ. пухлого, краснощекого маленького ребенка (фам.)³ («За

яблочки»).

Наличие сем мелиоративной эмоциональной оценки может подтверждаться данными толковых словарей русского языка и оформляется в виде соответствующих словарных помет «ласкат» и «одобр.». В некоторых случаях семам мелиоративной эмоциональной оценки сопутствует оттенок сочувствия или жалости. Ср.: «*бедняга* (разг., с оттенком сочувствия и жалости) – несчастный человек»⁴: «*Другой бедняга четверть часа звонится у двери, зябнет и томится, чтобы доставить по адресу скабрязное описание кутежа у капитана Епишкина*» («Статистика»).

Словесные знаки, выражающие эмоцию восторга и восхищения, как правило, имеют помету «экспрессивное». Ср.: «*ангел* – идеал чего-нибудь, лучшее воплощение, олицетворение чего-нибудь (разг., с оттенком восхищения)»⁵: «*Ведь она красавица, как изволили вы видеть, ангел во плоти!*» («Драма на охоте»).

При сопоставлении количественных параметров двух выявленных групп выявлено, что группа пейоративной оценки более многочисленна. Данный факт объясняется тем, что «на экстралингвистическом уровне отрицательные эмоциональные оценки разнообразнее положительных. На языковом уровне это проявляется в том, что «репертуар» отрицательных оценок... больше, чем «репертуар» положительных оценок...»⁶.

Соответственно, пометы, содержащие указание на отрицательную эмоциональную оценку, являются более многочисленными и разнообразными. Следует отметить, что указание на оценочность лексем также может передаваться с помощью функционально-стилистических (напр., прост., разг., офиц., жарг.) или экспрессивно-стилистических (напр., груб., бран., вульгар. и др.) помет.

Однако многие исследователи подчеркивают, что причины оценочной асиммет-

дис...канд. филол. наук. Воронеж, 1997; Хади Нахла Джавад. Существительные, называющие действующее лицо в прозе А.П. Чехова: дис...канд. филол. наук. Воронеж, 2007; Эльвия Ваффа Хидир Мохамед Али. Особенности диминутивных образований в ранних рассказах А.П. Чехова: дис...канд. филол. наук. Воронеж, 2013.

¹ Загоровская, О.В. Еще раз о структуре словесного знака // Теоретические проблемы современного языкознания. Воронеж: Истоки, 2009. С. 24-32.

² Никитина, О.А. О становлении понятия «коннотация» в лингвистике // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. № 2, том 1, 2017. С. 15-18.

³ Толковый словарь русского языка/ под ред.

проф. Д.Н. Ушакова в 4-х тт. М.: ОГИЗ, 1935 -1940.

⁴ Там же.

⁵ Там же.

⁶ Лукьянова, Н.А. Экспрессивная лексика разговорного употребления. Вопросы семантики. Новосибирск, 1986. 228 с.

рии кроются не только в языке, но и «в характере менталитета русского народа, в этнической социокультурной специфике и в особенностях коммуникативного поведения... Негативные явления окружающей жизни подвергаются более подробной концептуализации и категоризации. Для русских характерно тяготение к спорам по вопросам общефилософского глобального характера»¹.

Как показывает анализ, в рамках исследуемого материала наиболее частотны лексемы с эмотивными семами неодобрения, пренебрежения и презрения. Среди слов с эмотивными семами неодобрения, встречающихся в художественных произведениях А.П. Чехова, можно назвать слова: *дикарь, негодник, шалопай, зубоскал, самодур* и др. Ср.: «*дикарь (неод.)* – грубый, некультурный человек, варвар»² «*Дикарь такой... конфузится чужих*» («Приданое»); «*самодур (неод.)* – человек, руководящийся в своем поведении по отношению к другим людям исключительно личным произволом, прихотями»: «*Очевидно, этот самодур не понимает, что он не в хлеву!*» («Маска»).

Слова с семами пренебрежения (напр., *фанфарон, разиня, неуч, шваль, молокосос* и др.) тоже образуют значительную в количественном отношении группу. Ср.: «*фанфарон (пренебр.)* – человек, выставляющий напоказ свои мнимые достоинства или пороки, хвастун, бахвал»: «...не стану же я больше извиняться перед этим *фанфароном*» («Смерть чиновника»); «*разиня (пренебр.)* – человек невнимательный и нерасторопный, зевака»: «*Разиня!* – кричала она. – *Уронил и не подымаешь*» («Зеленая коса»).

Среди слов с эмотивными семами презрения, встречающихся в художественных произведениях А.П. Чехова, можно назвать: *плебей, тряпка, сибарит, кляузник, сапожник, пошляк* и др. Ср.: «*кляузник (презр.)* – человек, который занимается кляузами»:

«*А он, мерзавец, кляузник*» («Орден»); «*пошляк (презр.)* – человек, постоянно говорящий и делающий пошлости»: «*На подобные притязания способны одни только бесовестные пошляки*» («Мечь»).

Учитывая объективные трудности «разграничения разных видов эмоциональной оценки, и прежде всего неодобрительности, пренебрежительности и презрительности, тесную зависимость от контекста..., который способен менять сам характер эмоциональной оценки, ... следует иметь в виду, что особенностью эмоционально-оценочно лексикой является наличие в ней группы слов, в семантике которых присутствует эмотивный компонент с обобщенной пейоративной эмоциональной оценкой»³. Названный компонент содержит в себе вероятностные семы неодобрения, пренебрежения и презрения, актуализация которых может варьироваться в зависимости от ситуации и контекста.

Ср.: «*хамелеон* – перен.; человек, который, приспосабливаясь к обстановке, легко меняет свое поведение, взгляды, симпатии (*неодобр.*); «перен.; о человеке, легко и часто меняющем свои мнения, взгляды, симпатии (обычно из соображений выгоды, из мелких побуждений (разг. *пренебр.*))».

Словесные единицы, в семантике которых присутствуют семы отвращения, омерзения и негодования, обозначаются как бранные и экспрессивные. Ср.: «*болван* – тупица, дурак, неуч, невежа, оболтус (*бран.*)»: «...он *болван*, дурак... я его вовсе не боюсь» («Первый любовник»); «*подлец (бран.)* – низкий, подлый человек»: «*Я тебе, подлецу, сейчас оплеуху дам*» («Мелкий бес»); «*негодяй (бран.)* – подлый, низкий человек»: «*Этот вот молодчик, рекомендую, ужасный негодяй*» («Рассказ старшего садовника»). Ср. также: *мерзавец, дурища, каналья, анафема, прохвост, урод, прихвостень, идиот, шельма, сволочь, хам, дубина, свинья, висельник* и др.

Следует отметить, что отрицательная оценка может быть обусловлена разным семантическим наполнением плана содержания слова, реализуемым в разных кон-

¹ Смирнова, Л.Г. Лексика русского языка с оценочным компонентом значения: системный и функциональный аспекты: автореф. дис. ... доктора филологических наук. Смоленск, 2013. 50 с.

² Ефремова, Т.Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. М.: Русский язык, 2000 // <https://efremova.slovaronline.com>

³ Загоровская, О.В. Проблемы общей диалектной семасиологии и лексикографии. Воронеж, 2011. 383 с.

текстах¹.

Особую группу оценочной лексики образуют слова, в плане содержания которых присутствуют семы шутовности/ ироничности, способные в зависимости от контекста выражать как положительную, так и отрицательную оценку. Как отмечают исследователи, «эмоциональные оценки шуток и иронии имеют в большей или меньшей степени завуалированный характер и могут выражать как одобрение, так и неодобрение в скрытом, неявном виде»².

Ср.: «*перец* – перен.; вспыльчивом, капризном человеке, задире (фам. *шутл.*)»]: «*Ты думаешь, как я в маске, так ты можешь мне разные слова говорить? Перец ты этакий!*» («Маска»); «*благодетель* (ирон.) – человек, который оказывает кому-н. покровительство из милости»: «*Благодетели вы наши...*» («Хирургия»).

В некоторых случаях ирония обуславливает специфическое оценочное явление энантиосемии – противоположности оценочных значений одного и того же слова. Ср.: «*Он истязует свою жену и имеет трех любовниц и всегда кормит рецензентов ужинами. Вообще скотина порядочная*» («В Москве»). Прилагательное *порядочный* формирует оксюморонную связь, основанную на положительной и отрицательной коннотации участвующих в словосочетании слов. По справедливому замечанию исследователей, «возможность использования отрицательно маркированных лексем для передачи позитивного прагматического сигнала обусловлена высокой степенью экспрессивности подобных единиц»³.

Учитывая достигнутые результаты в изучении языковой оценочности и экспрессивности, следует признать, что эмотивный компонент лексической семантики может занимать различное место в структуре зна-

чения оценочных словесных знаков, называющих человека⁴. Применительно к названному аспекту оценочные лексические единицы, функционирующие в художественных произведениях А.П. Чехова, образуют следующие группы:

1) слова, в структуре значения которых эмоционально-оценочные семы сопутствуют семам денотативного компонента, входя вместе с ними в ядро словесного значения. В подобных словах отмечается обычно реальная эксплицированная оценка, которая раскрывается прежде всего в словарном толковании слова.

Ср. положительно оценочные слова: «*талант* – одаренный, талантливый человек»: «*Ведь так одурачить целую компанию может только артист, талант...*» («Маска»); «*умница* – умный, способный человек»: «*Княгиня и Маруся переглянулись: какой он умница*» («Цветы запоздалые»). Ср. также слова с семой отрицательной оценки: «*туняедец* – человек, который живёт на чужой счёт, чужим трудом»: «*Я туняедец, взяточник, лицемер!*» («Разговор человека с собой»); «*нахал* – беззастенчивый, грубо бесцеремонный и дерзкий человек»: «*Какой-то нахал врывается сюда и... вдруг такие вещи!*» («Маска»).

2) слова, в структуре значения которых эмоционально-оценочные семы занимают место наиболее ярких, ведущих ядерных сем, в большей или меньшей степени оттесняя денотативные компоненты их семантики. В подобных словах отмечается высокая степень выражения положительных или отрицательных эмоций (восхищения, презрения, отвращения, негодования). Ср.: «*фендрик* – фатоватый молодой человек (фам. *пренебр.*)»: «*Должно быть, канальский фендрик у арендатора застрял*» («Тина»); «*брехун* (*пренебр.*) – лгун, пустомеля»: «*Так тебе, брехуну окаянному!*» («Праздничная повинность»). Во всех представленных выше словах эмоционально-оценочные семы оказываются более яркими, чем денотативные, также входящие в ядерную часть значения лексем.

3) слова, в структуре значения кото-

¹ Медведкова, Е.С. Имя собственное в заглавиях исторических произведений В.И. Костылева // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. № 3, том 16, 2014. С.10-11.

² Загоровская, О.В. Проблемы общей диалектной семасиологии и лексикографии. Воронеж, 2011. 383 с.

³ Смирнова, Л.Г. Лексика русского языка с оценочным компонентом значения: системный и функциональный аспекты: автореф. дис. ... доктора филологических наук. Смоленск, 2013. 50 с.

⁴ Загоровская, О.В. Проблемы общей диалектной семасиологии и лексикографии. Воронеж, 2011. С. 26.

рых эмоционально-оценочные семы целиком занимают ядерное семантическое пространство, полностью поглощая их денотативное содержание. Данную группу формируют эмоциональные обращения (ср. приведенные выше *душенька, ангел* и др.) и бранные слова (ср. приведенные выше *мерзавец, дурища, каналья, прохвост, урод, прихвостень, идиот, шельма, сволочь, хам* и др.), в которых предметно-понятийные семы присутствуют лишь в качестве периферийных, потенциальных элементов.

Так, в художественных произведениях А.П. Чехова встречаются обращения с положительной оценкой: «*Послушай, моя дорогая, мое сокровище!*» («Драма на охоте»); «*Миленькие, славненькие, голубчики...!*» («Злой мальчик»). Однако обращений с от-

рицательной оценкой несравнимо больше. Например: «*Куда прешь, леший!*» «*Сворачивай, дьявол!*», «*Повылазило, что ли, старый пес?*» («Госка»).

Таким образом, оценочные номинации персонажа являются ключевыми единицами художественного текста и могут рассматриваться как важнейший языковой знак, который актуализируется по мере прочтения произведения. Исследование семантики оценочной лексики на материале художественных произведений А.П. Чехова позволяет изучить особенности творческого стиля и языка писателя, а также установить закономерности процесса оценочного именования лица в языке величайшего мастера слова.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Гусева, С.С. Номинативная парадигма единиц, обозначающих лица, и ее функционирование в тексте (на примере текстов А.П. Чехова): дис... канд. филол. наук. - М., 2017.
2. Ефремова, Т.Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. - М.: Русский язык, 2000. – URL: <https://efremova.slovaronline.com>
3. Загоровская, О.В. Еще раз о структуре словесного знака // Теоретические проблемы современного языкознания. - Воронеж: Истоки, 2009. - С. 24-32.
4. Загоровская, О.В. Проблемы общей диалектной семасиологии и лексикографии. - Воронеж, 2011. - 383 с.
5. Лукьянова, Н.А. Экспрессивная лексика разговорного употребления. Вопросы семантики. - Новосибирск, 1986. - 228 с.
6. Медведкова, Е.С. Имя собственное в заглавиях исторических произведений В.И. Костылева // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. - 2014. - № 3, том 16. - С. 10-11.
7. Нагорная, Е.Н. Зоометафора в системе языка и в дискурсе чеховской прозы: дис... канд. филол. наук. - Таганрог, 2014.
8. Никитина, О.А. О становлении понятия «коннотация» в лингвистике // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. - 2017. - № 2, том 1. - С. 15-18.
9. Садр, М. Номинации человека в произведениях А.П. Чехова: ономаσιологический аспект: дис... канд. филол. наук. - Астрахань, 2011.
10. Смирнова, Л.Г. Лексика русского языка с оценочным компонентом значения: системный и функциональный аспекты: автореф. дис. ... доктора филологических наук. - Смоленск, 2013. - 50 с.
11. Стернин, И.А. Проблемы анализа структуры значения слова / И.А. Стернин. - Воронеж, 1979. – 156 с.
12. Толковый словарь русского языка / под ред. проф. Д.Н. Ушакова: в 4-х тт. - М.: ОГИЗ, 1935 -1940.
13. Тон, К.К. Системно-структурная организация зооморфизмов русского языка: на материале произведений Чехова и Зощенко: дис... канд. филол. наук. - Воронеж, 1997.
14. Хади Нахла Джавад. Существительные, называющие действующее лицо в прозе А.П. Чехова: дис... канд. филол. наук. - Воронеж, 2007.
15. Эльвия Ваффа Хидир Мохамед Али. Особенности диминутивных образований в ранних рассказах А.П. Чехова: дис... канд. филол. наук. - Воронеж, 2013.

УДК: 821.161.1

ББК: 84(4/8)

Дёрин Н.В., Залавина Т.Ю., Савинова Т.А.
**ПРОБЛЕМА СОТВОРЕНИЯ ИНОБЫТИЯ В ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ИСКАНИЯХ
Н. ГУМИЛЕВА И С.Т. КОЛЬРИДЖА**

Dyorina N.V., Zalavina T.YU., Savinova T.A.
**OTHERNESS ISSUE IN N. GUMILEV'S AND S.T. COLERIDGE'S
ARTISTIC QUESTS**

Ключевые слова: инобытие, художественное мироздание, генетическая связь, романтическая идея, художественная модель бытия, проблема творения, проблема познания, художественная реальность, поэтический синтез, полюса оппозиции.

Keywords: *otherness, artistic universe, genetic relation, romantic idea, artistic genesis model, creation problem, perception problem, artistic reality, poetic synthesis, opposition poles.*

Аннотация: в статье рассматриваются взаимоотношения «инобытия» и «мира» в художественном мироздании Н. Гумилева, неразрывно связанные с романтической идеей и воплощающиеся в специфических системах образов и мотивов, предпринимаются попытки установления характера романтического и акмеистического решения художественно-онтологических и художественно-гносеологических задач. Актуальность нашей работы определяется необходимостью исследования художественного мироздания Н. Гумилева в системе взаимосвязей с идеей гармонизации противоположностей, восходящей к творческим исканиям романтизма.

Цель настоящей работы состоит в выявлении концептуально-значимых схождений/расхождений художественного инобытия Н. Гумилева с соответствующими художественными воплощениями романтической идеи.

Исследователями предпринимается попытка сопоставительного анализа специфики отношений оппозиции «мир» и «инобытие» в художественных реальностях Н. Гумилева и С.Т. Кольриджа, что позволяет сделать вывод о генетической связи, существующей между художественным воплощением романтической идеи в зрелой лирике русского поэта и в поэтико-теоретическом опыте английского романтика.

Авторы выявляют роль романтической идеи в процессе становления «инобытия» и «мира» в художественном мироздании Н. Гумилева, устанавливают особенности взаимосвязей данной оппозиции с романтическим и акмеистическим разрешением проблем познания и творения.

Следовательно, теоретическая значимость работы определяется возможностью применения полученных результатов в исследованиях, посвященных историко-литературным проблемам развития русской поэзии начала XX в., а также вопросам диалога культур.

Abstract: *the article deals with the relationship of "otherness" and "world" in Gumilev's artistic universe, which is inextricably linked with the romantic idea and implementing in specific systems of images and motifs, the authors attempt to establish the nature of romantic and acmeistic solutions of artistic-ontological and artistic and epistemological issues. The relevance of our work is determined by the need to explore N. Gumilev's artistic universe in the system of interrelations with the idea of opposite's harmonization, which goes back to the creative search of romanticism.*

The purpose of this work is to identify the conceptually significant differences / divergences of artistic non-existence of N. Gumilev with the appropriate artistic embodiments of the romantic idea.

The researchers carry out a comparative analysis of the opposition relations specifics between "world" and "otherness" in the artistic universe of Gumilev and S. T. Coleridge, which makes it possible to come to a conclusion about the genetic relation between the artistic embodiment of romantic ideas in mature lyrics of the Russian poet and poetic-theoretical experience of English romanticism.

The authors reveal the role of the romantic idea in the process of formation of "otherness" and "peace" in the artistic universe of N. Gumilev; establish the peculiarities of the relationship of this opposi-

tion with the romantic and acmeistic resolution of the cognition and creation problems.

Consequently, the theoretical significance of the work is determined by the possibility of applying the results obtained in studies devoted to the historical and literary problems of the development of Russian poetry in the early 20th century, as well as to the issues of the cultures dialogue.

Взаимодействие творчества Н. Гумилева с предшествующей и современной литературно-философской традицией всегда привлекали повышенное внимание отечественного и зарубежного гумилеведения. Анализируя принципы создания гумилевского поэтического мира и особенности гумилевской художественной гносеологии, раскрывая первоисточники идей и образов в произведениях поэта, ученые устанавливают характер отношений гумилевской поэзии с широким кругом различных идей, оказавшихся востребованными в эпоху глубокого мировоззренческого кризиса, переживаемого российской культурой в начале XX в., когда «изменился весь строй и порядок понятий о действительности, изменился строй и порядок мыслей о моральных ценностях, углубилась антиномия между личностью и обществом, догматические решения основных противоречий жизни вновь стали проблемами и только проблемами».¹ Однако, уделяя особое внимание осмыслению поэтом учения И. Канта и влиянию на него православной эсхатологии, анализируя элементы восточной духовности и оккультные мотивы в его текстах, прослеживая параллели с учениями Гераклита Эфесского и Ф. Ницше, антропософией и теософией, авторы гумилеведческих трудов нередко оставляют за рамками своих исследований взаимосвязи художественного мироздания Н. Гумилева с идеей, которая составила основание художественно-философских исканий русской литературы в тот момент, когда «мир и природа стали для человека чем-то особенно чужим, роковым и на него тяготеющим».²

Русские художники-модернисты, ощущают необходимость выстоять под напором хаоса, который размывал «песчаные обрывы материка истории и культуры»³ и вновь стать

«сынами гармонии»⁴, особенно значимым становится поиск единомышленников среди поэтов европейского романтизма рубежа XVIII-XIX вв., выдвинувших в качестве идеала «преодоление противоположностей, стремление к синтезу... разума и чувства, сознания и бессознательного, природы и духа, личности и общества, особенного и всеобщего, посюстороннего и потустороннего»⁵. Гумилевские современники-символисты, как правило, избирают в качестве ориентира романтизм немецкий с его специфическими представлениями о совмещении противоположностей и достижении абсолютной гармонии и красоты, которые нашли отражение в мотивах призрачности конечной земной действительности и «возвращения» в истинный бесконечный мир. Для Гумилева же, стремящегося к «большому равновесию сил», более близким оказывается тот способ гармонизации хаоса, который был предложен и опробован старшими английскими романтиками, в чьих построениях «идея в форме духовности или субъективности» не перевешивала «природную чувственную форму».⁶

Но если проблема генетических связей творчества западноевропейских и русских романтиков и поэзии русского символизма является достаточно хорошо изученной, то воплощение идеи иного мира в поэтических исканиях Гумилева до настоящего времени не получило достаточно подробного освещения. Сам поэт неоднократно ссылается в своих программных работах на поэтический и теоретический опыт «озерной школы», признает, что миры, творимые английскими романтиками, оказывали на него «гипнотизирующее действие»; говорит о том, что творческие искания современных поэтов «сродны» поэзии С.Т. Кольриджа, В. Вордсворта, Р. Саути, посвоему примирявших «миры невидимый и ви-

¹ Белый, А. Символизм как миропонимание [Текст] / А. Белый. - М.: Республика, 1994. С. 339.

² Соловьев В.С. Критика отвлеченных начал / Соловьев В.С. Сочинения в 2 т. Т. 1 / В.С. Соловьев. М., 1990. С. 742.

³ Белый А. Собрание сочинений. Стихотворения и поэмы / А. Белый. М.: Республика, 1994. С. 405.

⁴ Блок А. О романтизме // А.А. Блок. Избранное. М.: Панорама, 1995. С. 445.

⁵ Манн Ю. Динамика русского романтизма / Ю. Манн. М., 1995. С. 364.

⁶ Соловьев В.С. Гегель / Соловьев В.С. Сочинения в 2 т. Т. 2 / В.С. Соловьев. М., 1990. С. 436.

димый»¹. Однако ученые, единодушно признавая близость важнейших гумилевских мировоззренческих и поэтических концепций и художественно-философских открытий романтизма, а также факт особого «духовного братства», связывающего Гумилева и поэтов-романтиков, практически не предпринимают попыток раскрыть природу этого родства, оставляя необъясненными уникальные особенности генезиса творимого поэтом художественного бытия.

Несмотря на значительное число литературоведческих трудов, посвященных мировоззренческим и литературным истокам творчества Н. Гумилева, проблема взаимосвязей художественных исканий поэта с романтической идеей в целом, а также с ее реализацией в творчестве различных представителей европейского и русского романтизма не может считаться в достаточной мере изученной. Авторы исследований размышляют о стремлении поэта к созданию гармоничного «мира мечты», который для Ю. Верховского – «<...> мир цветущий и <...> цветистый», «красочно-пластический и декоративный», создающийся «проецированием личного момента во вне»; для А.И. Павловского – превращенная в реальность мечта, «вычитанная из книг» и казавшаяся «доселе несуществующей, недостижимой»; для М. Баскера и Н. А. Богомолова – художественное воплощение владевших Гумилевым и применяемых им в своем жизне-творчестве оккультных доктрин. Вместе с тем, ученые практически не пытаются проследить эволюцию романтической идеи в творчестве поэта, осмыслить специфику ее актуализации на различных этапах гумилевских исканий, сопоставить гумилевские поиски «романтического» идеала с исканиями поэтов-романтиков, данный идеал сформулировавших.

В сферу внимания исследователей не попадает сходство творимого Гумилевым особого художественного бытия с его внешними атрибутами (морями и озерами, огнями и лесами) и особыми внутренними характеристиками (такими, как примирение и слияние в нем разнонаправленных сил – добра и зла, света и тьмы, юга и севера) с художественными реальностями, созданными романтиками. В то

время как именно отказ от непримиримой противоположности полюсов, а затем и опыты по гармонизации и объединению начал, традиционно противопоставляемых друг другу, стали фундаментом поэтических построений последних.

В тех случаях, когда исследователи обращаются к вопросу о генетических связях творчества Н. Гумилева и поэтов-романтиков, например, о влиянии европейской романтической поэзии на становление гумилевской баллады или же об особенностях гумилевского перевода поэмы Кольриджа, схождения и расхождения в воплощении романтической идеи в творчестве русского и европейских поэтов не становятся предметом детального анализа ни на уровне образов, ни на уровне художественных моделей бытия.

А между тем, соотнесение творимого Гумилевым «инобытия» – новых художественных реальностей, основанных на слиянии разнонаправленных сил, с основными художественно-онтологическими принципами «озерной школы» может способствовать как уточнению хода эволюции романтической идеи в творчестве поэта, так и прояснению вопроса о характере концептуально значимых связей акмеизма и романтизма. Кроме того, выявляемая близость положений Гумилева и Кольриджа о равновесии и о поэтическом синтезе позволяет корректно определить наиболее близкое Гумилеву художественное воплощение идеи гармонизации мира в западноевропейском романтизме; четко разграничить гумилевское мирозидание и неоплатоническую традицию немецких романтиков, в чьем художественно-философском опыте достижение гармонии связывалось не с уравниванием или взаимопроникновением начал, но с полным подчинением, растворением конечного иллюзорного в вечном и бесконечном.

Прежде всего необходимо осветить взаимоотношения «инобытия» и «мира» в художественном мироздании Н. Гумилева, неразрывно связанные с романтической идеей и воплощающиеся в специфических системах образов и мотивов: а это в образе огня («страшного пламени, «огненного столпа»); мотивах смерти в огне, рождения в огне нового бытия, перемещения лирического героя в инобытие, расширения инобытия; установить характер романтического и акмеистического решения

¹ Соловьев В.С. Гегель / Соловьев В.С. Сочинения в 2 т. Т. 2 / В.С. Соловьев. М., 1990. С. 196.

художественно-онтологических и художественно-гносеологических задач.

Мы устанавливаем взаимосвязь творимого Н. Гумилевым и С.Т. Кольриджем художественного инобытия с образом огня, который сохранял свою значимость во все периоды творчества Гумилева, а также имел особое значение в поэтических системах старшего английского романтизма, всегда находясь на границе между данными и иными реальностями, являясь их неотъемлемой составляющей; определяем атрибуты художественных вселенных русского и английских поэтов: непрерывность и постоянное взаимодействие их элементов, тождественность свойств целого и его различных частей.

Обращаясь к поэтическому опыту С.Т. Кольриджа, мы устанавливаем, что у английского поэта на всех этапах творческого пути – от ранней «Оды уходящему году» (1796) и вплоть до «Песни из Запольи» (Song From Zapolya, 1817) огонь одновременно выполняет задачи умерщвления в данном и возрождения в новом мире. Самый же яркий пример специфической функции «пламени», одновременно несущего лирическому герою смерть и наделяющего его жизнью, мы находим в «Поэме о Старом Моряке», где перед героем появляются неразлучные спутницы: огонь-Смерть и Жизнь-в-Смерти (Life-in-Death). При этом мы констатируем очевидные параллели с гумилевскими текстами, связывая данные персонажи с образным рядом гумилевских «созданных из огня» (начинающимся с поэмы «Девы Солнца» и продолжающимся вплоть до текстов последних сборников), обращая внимание на тот факт, что их особые, связанные с огнем, черты были акцентированы Гумилевым в собственном переводе английского текста.

У Гумилева роль образа огня как важного звена в цепи художественно-онтологических процессов прослеживается практически во все периоды творчества. В отличие от современников-символистов (в чьих текстах сгорание в основном рассматривается либо в качестве некой «безумной», бесконечной «игры», неспособной утолить желание быть «сожженными» (и вывести из бытия), либо как «страшный рубеж» – средство умерщвления лирического героя и уничтожения мира), в гумилевских произведениях

смерть в огне становится и средством творения новых реальностей, и путем проникновения в них лирических героев. Прямая взаимосвязь мотивов смерти в огне, рождением инобытия и перемещением туда героев устанавливается уже в самых ранних произведениях поэта (в качестве наиболее ярких примеров подобных процессов мы приводим такие тексты, как «Осенняя песня», «Иногда я бываю печален...», «Завещание», где именно в результате сгорания перед лирическим героем открываются новые миры; «Северный Раджа», «Андрогин», где противоположности синтезируются именно «в пламени»). Та же параллель обнаруживается в «Открытии Америки», когда переход к иному бытию совершается в сопровождении огня – под палящим солнцем, над «бездной огненной воды», а затем – в «Канцоне» («Костер»), где подлинным направлением движения гумилевского героя является, по нашему мнению, путь навстречу огню («созданной из огня») и огненной «неведомой мете»; и, конечно же, в «Огненном столпе», где огонь постоянно находится в непосредственной близости от лирического героя и где все перемещения между мирами осуществляются по «огненным» дорогам, в свете «страшного пламени».

Кроме того, необходимо обратить внимание на схожие атрибуты художественных миров, разворачивающихся между лирическими героями Гумилева и Кольриджа: как и в гумилевском «Открытии Америки», в «Поэме о Старом Моряке» в новой реальности Моряка все «горит»: над ним «пылает» красное солнце, а под ним «огненная бездна» пылает «ужасным красным и синим светом». Мы выявляем также и общую природу разгорающегося на страницах Кольриджа и Гумилева пламени, которая оказывается в равной степени демонической. Так, у Кольриджа наиболее часто встречающимися определениями огня являются «страшный», «ведьмин» и даже «сатанинский», «адский» (а также «огонь смерти»). Более того, и альбатрос, убийство которого стало пусковым механизмом всех драматических событий, происходящих в поэме, и Смерть-огонь, и Жизнь-в-Смерти являются посланниками Духа Мглы, который в гумилевском переводе поэмы идентифицируется в качестве Сатаны. «Дьявольское» происхождение огня в поэме Кольриджа подтверждается

также аналогичными образами, которые встречаются в других произведениях поэта. Например, в стихотворении «Огонь, Голод и Резня» (Fire, Famine and Slaughter), где ведьма-огонь является посланником «хозяина Ада»; в поэме «Три могилы» (The Three Graves), где окончательное попадание героев под власть демонических сил происходит в лучах особого света (ослепительного, синего), наконец, в «Песне из Запольи», где возникает образ огненного столпа, попадая в который лирический герой обретает такой привычный для построений английских романтиков атрибут Люцифера, как «горящий взор».

У Гумилева сущность огня также передается при помощи специфического комплекса образов и мотивов. Так, уже в его ранних текстах «огненный столп» появляется рядом с «царицей беззаконий» («Заклинание»). В «Завещании» (как и ранее в «Осенней песне», где описывается обряд, воспроизводящий друидическое жертвоприношение) огонь должен разгореться в демоническом «лесу волхований». В «Открытии Америки» предстает солнце – горящий «призрак», зловеющий и жестокий; а в текстах сборника «К синей звезде» рядом с «черными розами», противопоставляемыми лилии, «стоящей в ангельском саду», разворачиваются «огненные небеса», вспыхивают «искры синего огня», появляется здесь и огонь, вставший «из преисподней». А «Огненный столп» сближают с текстами Кольриджа и «страшный пламень», и «ослепительный свет», и появляющийся в «Памяти» вместе с пламенем «путник».

Помимо демонической природы, еще одной важной чертой, объединяющей «огонь» в построениях Кольриджа и Гумилева, является характер рождающегося в пламени инобытия: не мистического, а вполне реального (у Гумилева мысль о реальности новых художественных миров прослеживается от «Завещания», где говорится о новом бытии для тела, до «Памяти», где в «страшном свете» гибнет не тело, а душа; в поэме Кольриджа в огне необратимо меняется душа героя, а тело «остается в живых»). Данные факторы обусловили дальнейшую судьбу онто-гносеологических идей в художественном мироздании Н. Гумилева и английского поэта.

И у Гумилева, и у Кольриджа открывшиеся в огне художественные миры являются

абсолютно реальными, в них сразу же обнаруживаются все те же недостатки, что и в покинутом лирическими героями бытии. У Кольриджа главным атрибутом художественного инобытия становится полная изолированность (невозможность вернуться в оставленный лирическими героями «мир»), отразившаяся в его особой пространственной организации. В «Кубла-Хане» вновь сотворенная реальность ограничивается неприступной стеной и лесом («На десять миль оградой стен и башен / Оазис плодородный окружен»); в «Поэме о Старом Моряке» новый мир морехода оказывается запертым между двумя параллельными плоскостями («Небеса и воды, воды и небеса / Лежали на мне тяжким гнетом»). Следствием замкнутости этого мира становится полное одиночество в нем лирических героев (еще более безусловное, чем в «страшных» лесах «природы»): в «Кубла Хане» певец оказывается замкнутым в тройное кольцо отвернувшихся от него слушателей, а в «Поэме о Старом Моряке» складывается еще более безнадежная картина: «Один, один, совсем один, / Один в широком, широком море!»

У Гумилева в подобном положении оказываются и лирический герой «Одиночества», изолированный в абсолютно замкнутом мире («И надо мною одиночество / Возносит огненную плеть...»), и Колумб, побывавший в «ином бытии» и так же, как и творец Ксанаду, как и Моряк Кольриджа, получивший печать отверженного, обреченный на одиночество.

Кроме того, как у Гумилева, так и у Кольриджа особая природа огня, породившего инобытие, обусловила и его основной недостаток – отсутствие искомого равновесия. В «злом» пламени было рождено страшное бытие, в котором явный перевес оказался на стороне «демонического» начала (при этом в произведениях русского и английского поэтов этот перевес нашел отражение в схожем мотиве отсутствия христианских покровителей: если в «Поэме о Старом Моряке» мы читаем – «И ни один святой не позаботился о моей душе», то и в гумилевских «Капитанах» прямо говорится о недоступности этого мира для христианского Абсолюта: «Но в мире есть иные области, / Луной мучительной томимы. / Для высшей силы, высшей доблести / Они навек недостижимы»). В тексте Кольриджа о демоническом характере инобытия говорит

также и тот факт, что при слиянии с его верховным существом лирический герой обретает традиционно «дьявольскую» черту: «огонь в глазах» («горящий взор», «пламя в глазах»). И вполне закономерно, что в этом несбалансированном мире Моряку так и не удастся обрести внутреннюю гармонию – избавиться от «сжигающей» душу тоски (так же, как и гумилевскому Колумбу, чей дух «томится, словно в склепе»).

В гумилевских текстах мы обнаруживаем еще более явные указания на единственно возможный результат синтеза: предчувствие неудачи в постижении тайн мира озвучивается в «Одержимом» («Но, как всегда, передо мной / Пройдет неведомое мимо»); преимущественно «злая» природа бытия, в которое перемещается лирический герой, ощущается в «Одиночестве» (где говорится о «помертвелой земле», вспыхивающих в глазах пантер искрах, о «цветах ужаса и зла»). В «Открытии Америки» речь идет и о странной сущности инобытия, являющегося все же, скорее, «адам», чем райским садом, и о сомнениях в возможности обретения в нем каких-либо истин. А в «Канцоне» из «Огненного столпа» дисгармоничное инобытие оборачивается все тем же несовершенным «здесь», гармония же вновь оказывается где-то «там» («Там, где все сверканье, все движенье, / Пенье все, – мы там с тобой живем. / Здесь же только наше отраженье / Полонил гниющий водоем»).

Далее устанавливаются особенности романтического и акмеистического разрешения проблем творения и познания в контексте отношений оппозиции «мир» и «инобытие» в художественном мироздании Н. Гумилева и С.Т. Кольриджа¹.

Если в «Кубла Хане» Кольриджа осуществлялось сотворение художественного инобытия из «элементов мира», то в «Поэме о Старом Моряке» на переднем плане оказывается, по существу, обратный процесс, когда лирический герой, вернувшись из странствий, в «своей родной стране» обнаруживает все элементы, казалось бы, навсегда оставленного

«страшного» мира. «Там» его окружали зловещий огонь и тьма, теперь и «здесь» его ожидают ночь и странное сияние, присутствуют в этом изменившемся мире также и страшные призраки.

В результате своеобразного поэтического синтеза полюсов оппозиции «мир» и «инобытие» возникает также и образ Моряка-Дьявола, который последовательно «овладевает» своими собеседниками. Тем самым в поэме Кольриджа складывается картина прихода в «мир» верховного существа «инобытия», которое, открывая новую для себя реальность, необратимо ее изменяет. При этом, как выясняется, перемены имеют ярко выраженный гносеологический характер: Моряк-Дьявол преобразует мир, «просвещая» своих собеседников, неся им свою истину. Так, после беседы морехода и Брачного Гостя последний «*печальной и мудрей* проснулся поутру». Таким образом, у Кольриджа мотив распространения «истины» оказывается органично связанным с мотивом разрушения гармонии (Старый Моряк был вынужден нескончаемо «брести» по бесконечно разворачивающимся перед ним «краям», распространяя мудрость и диссонанс). Данная поэтическая параллель имеет свое соответствие и в теоретическом опыте «озерной школы». В частности, в тезисе Кольриджа о сохранении «множества в единстве», обуславливающим невозможность окончательного примирения противоположностей и достижения истины.

Казалось бы, многочисленные схождения в художественном воплощении оппозиции «мир» и «инобытие» в поэтической практике Н. Гумилева и С.Т. Кольриджа свидетельствуют и о схожем решении поэтами художественно-онтологических и художественно-гносеологических задач. В самом деле, в «Огненном столпе» Гумилева мы наблюдаем процесс, подобный тому, что стал итогом творческих исканий Кольриджа: актуализацию в «мире» Абсолюта «инобытия», дающего свое «знание» и тем самым обращающего уже все мироздание в свой мир (например, в страшный «сад планет», возникающий и в «Памяти», и в «Заблудившемся трамвае»). Гумилевский огонь, вводящий лирического героя в новый мир, одновременно из него и выводит, всякий раз перемещая в новую художественную реальность, обеспечивая непрерывность процес-

¹ Дерина Н.В. Идеи равновесия и синтеза в творчестве Н. Гумилева и в поэзии английского романтизма / Н.В. Дерина // Проблемы истории, филологии, культуры. Вып. XXII. Москва – Магнитогорск – Новосибирск, 2008. (реестр ВАКа МОиН РФ). С. 349-357.

сов творения и познания и, на первый взгляд, отрицая возможность осуществления идеала.

Однако в отличие от построений английского поэта, такие атрибуты художественного мироздания Гумилева, как равенство свойств части и целого, непрерывность, становятся предпосылкой для достижения искомого. Так, в поэме «Звездный ужас» мы наблюдаем фактическое распространение свойств «части» (инобытия) на целое «мир», воплотившееся в картине внезапного появления в «земном» мире устрашающей сущности («Горе! Горе! Страх, петля и яма / Для того, кто на земле родился, / Потому что столькими очами / На него взирает с неба черный / И его высматривает тайны»). Следствием же прихода «черного» в «мир» становится в конечном итоге получение людьми знания о том, «что случилось, что случается и что случится» и переживание ими вполне гармоничного состояния.

Органичное единство творческих исканий Н. Гумилева и поэтов «озерной школы» определяется также общей мыслью о невозможности *найти* идеал, вылившейся в стремление к его *созданию*. В качестве способа сотворения гармонии и у русского, и у английских авторов выступает поэтический синтез противоположностей. В художественной практике романтиков главным результатом опытов по слиянию противостоящих друг другу сил становится появление синтетических фигур (например, образов рыцаря в балладе Р. Саути «Радигер», героини-оборотня в поэме С.Т. Кольриджа «Кристабель»). В художественном мироздании Н. Гумилева поэтический синтез выступает и в качестве средства создания образа, и как способ сотворения художественного мира. Одним из наиболее ярких примеров последнего процесса является «иное бытие» «Открытия Америки», представляющее собой результат слияния категорий «добра»/«зла» («рая»/«ада»). Сотворенному Гумилевым художественному инобытию предшествует созданная в «Кубла Хане» С.Т. Кольриджа «иная, более сложная гармония» – мир, также возникший в результате синтеза «ада» и «рая» и воплотивший в себе представления поэта о равновесии и истине.

Сопоставительный анализ специфики отношений оппозиции «мир» и «инобытие» в художественном мироздании Н. Гумилева и С.Т. Кольриджа позволяет сделать вывод о

генетической связи, существующей между художественным воплощением романтической идеи в зрелой лирике русского поэта и в поэтико-теоретическом опыте английского романтика.

Кольридж в своих теоретических трудах приходит к заключению о равенстве свойств Вселенной и любой ее части, вырабатывает тезис о сохранении бесконечного «множества в единстве», когда актуальной действительности противопоставляется не один бесконечный мир, а бесконечное множество равноценных миров. В полном соответствии с данными положениями, в художественной практике поэта в сотворенном «инобытии», которое должно было представлять собой «высшее совершенство», обнаруживаются те же недостатки, что и в несовершенном «мире» (прежде всего отсутствие равновесия).

В художественном инобытии, творимом Н. Гумилевым, проявляет себя та же, что и у Кольриджа, ущербность покидаемого лирическими героями «мира» – недостижимость в нем гармоничного сосуществования начал. Как у Кольриджа, так и у Гумилева, силой, доминирующей в новой художественной реальности, оказывается «темное», «злое» начало. Основным атрибутом последнего становится стремление к расширению и поглощению «мира».

В художественной вселенной Кольриджа процессы познания и творения не могут быть завершены: создаваемые поэтом образы и творимые художественные миры оказываются одновременно единственными и противоречивыми; силы из которых «единство» составляется, не могут быть приведены в состояние полного равновесия, и, таким образом, идеал не может быть достигнут. Истинным же оказывается сам *процесс творения* новых художественных реальностей. Мысль о невозможности одновременного достижения гармоничного состояния мира и постижения истины получает художественное воплощение в специфическом комплексе мотивов, который формируется в «Поэме о Старом Моряке», где распространение «мудрости» стало причиной разрушения гармонии.

В художественном мироздании Н. Гумилева следствием особых взаимоотношений «инобытия» и «мира» явилось совершенно иное решение художественно-гносеологичес-

ких и художественно-онтологических задач. В поэме «Звездный ужас» актуализация «инобытия» в «мире» (воплотившаяся в образе «черного», проявляющегося в небе над племенем зендов) связывается одновременно с мотивами наделения *знанием* и установления гармонии¹.

Дальнейшее исследование может быть посвящено выявлению специфики осмысления моделей художественного бытия, созда-

нных английскими романтиками, в драматических произведениях и в прозе Н. Гумилева; сопоставлению «экзотического» бытия «Чужого неба», «Шатра» и «экзотического» бытия Р. Киплинга. Идентификация концептуально-значимых схождений/расхождений национально-культурных особенностей на материале разных языков выступает перспективным продолжением научного исследования².

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Белый, А. Символизм как миропонимание [Текст] / А. Белый. - М.: Республика, 1994. - 528 с.
2. Белый, А. Собрание сочинений. Стихотворения и поэмы [Текст] / А. Белый. - М.: Республика, 1994. - 1298 с.
3. Бердяев, Н. Философия свободного духа [Текст] / Н. Бердяев. - М.: Прогресс, 2001. - 472 с.
4. Блок, А. О романтизме [Текст] / А. Блок // А.А. Блок. Избранное. - М.: Панорама, 1995. - 479 с.
5. Гумилев, Н.С. Избранное [Текст] / сост., вст. статья, прим. Л.А. Смирновой // Н.С. Гумилев. - М., 1989. - С. 199-318.
6. Гумилев, Н.С. Полное собрание сочинений: в 10 т. Т. 1. Стихотворения. Поэмы (1902 - 1910) [Текст] / Н.С. Гумилев. - М.: Воскресенье, 1998. - 502 с.
7. Гумилев, Н.С. Полное собрание сочинений: в 10 т. Т. 2. Стихотворения. Поэмы (1910 - 1913) [Текст] / Н.С. Гумилев. - М.: Воскресенье, 1998. - 344 с.
8. Гумилев Н.С. «Поэма о Старом Моряке» С.Т. Кольриджа / Гумилев, Н.С. Сочинения: в 3 т. Т. 3 [Текст] / Н.С. Гумилев. - М., 1991. - 430 с.
9. Гумилев, Н.С. Полное собрание сочинений в 10 т. Т. 4. Стихотворения. Поэмы (1918 - 1921) [Текст] / Н.С. Гумилев. - М.: Воскресенье, 2001. - 394 с.
10. Дерина, Н.В. Идеи равновесия и синтеза в творчестве Н. Гумилева и в поэзии английского романтизма [Текст] / Н.В. Дерина // Проблемы истории, филологии, культуры. Вып. XXII. - М. - Магнитогорск - Новосибирск, 2008. (реестр ВАКа МОиН РФ). - С. 349-357.
11. Кольридж, С.Т. Из «Литературной биографии» [Текст] / С.Т. Кольридж // Эолова арфа: Антология баллады. - М., 1989. - С. 572 - 575.
12. Кольридж, С.Т. Стихи [Текст] / С.Т. Кольридж. - М., 1974. - 280 с.
13. Манн, Ю. Динамика русского романтизма [Текст] / Ю. Манн. - М., 1995. - 121 с.
14. Соловьев, В.С. Гегель [Текст] / Соловьев В.С. Сочинения: в 2 т. Т. 2 / В.С. Соловьев. - М., 1990. - 1714 с.
15. Соловьев, В.С. Критика отвлеченных начал [Текст] / Соловьев В.С. Сочинения: в 2 т. Т. 1 / В.С. Соловьев. - М., 1990. - С.691-709.
16. Слободнюк, С.Л. Гумилев, Н.С. Проблемы мировоззрения и поэтики [Текст] / С.Л. Слободнюк. - Душанбе, 1992. - 181 с.

¹Дерина Н.В. Идеи равновесия и синтеза в творчестве Н. Гумилева и в поэзии английского романтизма / Н.В. Дерина // Проблемы истории, филологии, культуры. Вып. XXII. Москва - Магнитогорск - Новосибирск, 2008. (реестр ВАКа МОиН РФ). С. 349-357.

² Zalavina T.Y., Dyorina N.V. National-Cultural Semantics Reflection of French Proverbs // Proceedings of the 14th International conference on European Conference on Languages, Literature and Linguistics. «East West» Association for Advanced Studies and Higher Education GmbH. Vienna. 2017. P. 10-13.

17. Coleridge, S.T. The Rime of the Ancient Mariner [Text] // An Anthology of English Literature. L., – 1978. – P. 1772-1834.
18. Coleridge, S.T. The Theory of Life [Text] / In: Coleridge S.T. The Complete Works. Vol. 1. N. Y. – L., – 1897. – 1853p.
19. Zalavina T.Y., Dyorina N.V. National-Cultural Semantics Reflection of French Proverbs // Proceedings of the 14th International conference on European Conference on Languages, Literature and Linguistics. «East West» Association for Advanced Studies and Higher Education GmbH. Vienna. 2017. P. 10-13.

УДК: 831.161.1.0.
ББК: 83.3 (2 Рос=Рус)6

Лебедева С.Н.

ПОЭТИКА РАССКАЗОВ О ВОЙНЕ И.М. КАСАТКИНА

Lebedeva S.N.

THE POETICS OF STORIES ABOUT WAR I. KASATKINA

Ключевые слова: крестьянский писатель И.М. Касаткин, рассказы «Смертельная», «Летучий Осип», «Вражья сила», образ войны, авторское сознание, деформация сознания крестьянина, сказовая повествовательная форма.

Keywords: peasant writer, I.M. Kasatkin, stories "Deadly", "Flying Osip", "People power", war, image consciousness, deformation of the consciousness of a peasant, a fantastic narrative form.

Аннотация: статья посвящена творчеству запрещенного в советское время крестьянского писателя И.М. Касаткина, репрессированного в конце 1930-х годов. Цель работы - возвращение в историю русской литературы XX века «забытого» автора. Для анализа избраны малоизученные рассказы прозаика о Первой мировой войне - «Смертельная» и Гражданской войне - «Летучий Осип», «Вражья сила». Трагические события И.М. Касаткин показывает через ощущения участников войны – рядовых солдат, в прошлом крестьян. Особое внимание уделено своеобразию сказа в повествовательной системе произведений как важнейшей форме выражения авторской концепции.

Abstract: the article is sanctified to work of the peasant writer I.M forbidden in soviet time. Kasatkina subjected to repression at the end of 1930th. For an analysis the insufficiently known recitals of prose writer are select of First world war - "Mortal" and to civil war - the "Volatile Got" hoarse, "Enemy force". Tragic events of И.М. Касаткин shows through feeling of war participant - ordinary soldier, in the past peasant. The special attention is spared to originality of сказа in the narrative system of works as major form of expression of authorial conception.

Судьба крестьянского писателя Ивана Михайловича Касаткина драматична – после ареста и расстрела в 1938 году его произведения были запрещены на несколько десятилетий. В целом же можно утверждать, что творчество Касаткина в современном литературоведении недостаточно изучено – сегодня не утратил актуальности вывод Л.В. Занковской: «Имя Ивана Михайловича Касаткина, одного из организаторов советской литературы, незаслуженно забыто»¹.

И.М. Касаткин вошел в литературу в начале 1900-х годов - при содействии М. Горького были опубликованы рассказы «На барках», «Нянька», «Так было», «В уезде» и другие. В 1916 году вышел первый сборник прозы писателя «Лесная

быль».

Революцию 1917 года Касаткин принял с воодушевлением и надеждой на счастливые перемены в жизни крестьян. Писатель не устранился от общественных и партийных поручений, вел большую культурно-просветительскую работу, проводил мероприятия по ликвидации неграмотности в деревне, организовывал работу избчитален. Он был ответственным редактором журналов «Красная нива» (1923–1931) и «Земля советская»² (1932–1933), председателем правления Всероссийского союза писателей, заведовал отделом художественной литературы Госиздата, участвовал в работе Первого всероссийского съезда крестьян-

¹ Занковская Л.В. Крестьянские рассказы Ивана Касаткина / Л.В. Занковская // Русская литература XX века. Советская литература. – М., 1976. - С. 24.

² См. о работе И.М. Касаткина в редакции журнала «Земля советская»: Лебедева С.Н. Проза забытых русских писателей 1920-х годов: художественное осмысление крестьянской темы. Монография. – Тольятти, 2009. С. 32-84.

ских писателей (1929) и Первого съезда советских писателей (1934). Касаткин поддерживал начинающих литераторов (среди них – А. Веселый, Б. Четвериков, А. Неверов, А. Демидов), помогал писателям старшего поколения, многим из которых нелегко было принять новую действительность, о чем свидетельствует переписка с С.П. Подъячевым.¹ Из письма С.П. Подъячева И.М. Касаткину: «Надо ведь откровенно сказать, что теперь я уже больше не писака. Что мог – сделал. Теперь налетели новые птицы и поют по-новому...»². В другом письме С.П. Подъячев делится сомнениями относительно «Записок послушника» – новой повести «из старой монастырской жизни»: «<...> Писать это мне легко. Как твое мнение? Надо ли? Не перекрашивать же мне себя на другой лад <...>»³.

В советский период творчества Касаткин написал значительно меньше художественных произведений, чем в дореволюционные годы (в целом литературное наследие писателя составили более ста рассказов и повестей, в основном, о жизни крестьян): «...о новой жизни писать трудно...», – признавался он в письме С.П. Подъячеву⁴.

К теме Первой мировой войны Касаткин обратился в рассказе «Смертельная» (1914), главный герой которого, солдат-красноармеец, смертельно ранен в бою. Рассказ импрессионистичен – автор показывает психологическое состояние персонажа в последние минуты его жизни, передает тончайшие нюансы ощущений умирающего солдата. Этому способствует «гибридная», смешанная сказовая форма, при которой несобственно-прямая речь автора-повествователя переплетается с несобственно-прямой и прямой речью персонажа. Это позволяет проявить авторское отношение к происходящему: «Очнулся, скрипя зубами.

Огнем палит в груди, звериными хватками грызет и рвет в бок, в позаплечье. Во рту горький ком, не протолкнешь. И странно, к чему под рукой ружье? Мерзей лягухи к телу липнет набухшая кровью рубаха... Одну бы каплю воды!...Полилась, обжигая все нутро, тоска смертельная, комом горчайшим в горле встала...»⁵.

«...И странно, к чему под рукой ружье?...» – риторический вопрос, возникший в гаснущем сознании раненого, является семантической доминантой рассказа, объединившей голоса автора и героя. Произведение построено на контрасте: жизнь – смерть. Воспроизводя угасание жизни солдата, Касаткин использует элементы «рубленой» прозы – в воспоминаниях героя картинки из деревенского довоенного прошлого возникают разрозненными фрагментами, мозаично. С жизнью ассоциируются детали довоенной крестьянской жизни: конек избы, ворчание деда на печи, голос сынишки Федьки, «одаряющие серые глаза» жены Анисьи, дорожка во ржи, корова Милка... Раненый ищет спасения не только в воспоминаниях, его поддерживает присущее крестьянину чувство, не вытравленное войной: родная земля – защитница, опора. Он «скорчился, замер, лицом и губами чужа прохладную благодать земли. Ему теперь не страшно... Кажется, вот в этом стволе темного граба, уцепившего землю корнями, в этой траве примятой – самое теперь главное, нужное, то, от чего оторваться страшно» [303].

Отметим, что концепт «земля» и грамматические формы слова встречаются в небольшом по объему произведении более двадцати раз. Мистическая связь человека и земли обозначена Касаткиным в начале рассказа: умирающему красноармейцу от земли «оторваться страшно», в ожидании помощи (и прощения?) он «загрывает рукой по земле...» [303], «рвет, царапает землю» [304], «...боком приник к земле, скорчился, упершись лбом в землю» [305]. Но надежды солдата не оправдываются – и земля «уби-

¹ См. подробно о переписке С.П. Подъячева и И.М. Касаткина: Лебедева С.Н. «Тяжелая жизнь... Не хорошо что-то...» (эпистолярный диалог И.М. Касаткина и С.П. Подъячева) // Материалы III Междун. научн. конф. «Русский язык в контексте национальной культуры» - Саранск: изд-во Морд. ун-та, 2015. С. 190-195.

² Касаткин И.М. // РГАЛИ, ф.246, оп.1, ед.хр. 33.

³ Касаткин И.М. // ОР ИМЛИ РАН, ф.21, оп.1, ед.хр. 37.

⁴ Подъячев С.П. // РГАЛИ, ф. 374, оп. 1, ед.хр. 242.

⁵ Касаткин И.М. Перед рассветом: избранные рассказы / И.М. Касаткин: Вступ. ст. и прим. Н.И. Страхова. – М., 1977. – С.34. – Далее цитируемые страницы сборника указываются по этому изданию в тексте в скобках.

та» военными действиями, осквернена людьми, она уже не союзница человека: «взрыта осколками», царапающая; рот раненого забит землей, «земля тянула его к себе», солдат «боролся с землей..., в тоске и бессилии пал головой наземь» [306].

Если в начале текста земля – «благодарить», то в завершении рассказа умирающий «мутнеющим взглядом увидел землю дымной и черной, каким-то пепелищем в рыжебагровом зареве» [307]. Горящая, страдающая земля, раздираемый «смертной тоской» солдат – свидетельство онтологической общности природного мира и людей, их взаимозависимости. Болезненное состояние земли, показывает Касаткин, явилось следствием агрессивных действий человека.

Знаками неизбежной смерти («бежать некуда, незачем бежать» – ощущения обреченного героя) явились для солдата «трескотня стрельбы», генерал на пегом коне, «бег рыжих сапог», взводный «с перекошенным от крика ртом», бесконечный «визг пуль», мертвая сталь ружья, «безысходная сизь штыков» [304–306]. Примечательно, что Касаткин не называет героя собственным именем, оно возникает в тексте лишь один раз в воспоминании умирающего: «...учини, Ганька, хомут...», – говорит ему дед. Для автора герой рассказа – просто солдат, один из многих, чьи жизни унесла война.

В 1920-е годы тема войны получила развитие в рассказах Касаткина о событиях Гражданской войны, что не случайно: в 1918–1919 годах он служил уполномоченным Реввоенсовета Красной армии. По справедливому замечанию критика тех лет Г. Федосеева, в прозе Касаткина «первым и всегда неизменным объектом художественного осмысления оставалась жестокая и жесткая реальная действительность»¹. Более того, Касаткин стремился показать человека в контексте истории, он был свидетелем ощутимых изменений сознания русского крестьянина, деформации исконных черт национального характера². Писатель был

убежден, что происходящие в стране события нередко проявляют в людях низменные качества – ненависть, озлобленность, чувство мести, жестокость.

В рассказе «Летучий Осип» (1921) Касаткин повествует о личной трагедии главного героя Осипа Баева, участника Гражданской войны, активно выступающего за утверждение Советской власти: «Когда в этих местах появились белые, он всю уральскую округу противу их поднял» [318]. Успешная борьба с белогвардейцами партизана Осипа Баева стала причиной страшной расправы над его семьей – сыновьями и женой Натальей. «И вот... вкопали, сволочи, этот кол в землю, вострием кверху... Содрали с Наташи все до лоскута... И голую, живую... на кол... Понимаешь? Васятку и маленького, мертвых, поклади ей под ноги...», – рассказал Осипу земляк Соколов, очевидец убийства. Тяжелое известие потрясло Баева: «Он был дик и страшен в зеленом лунном свете. Он дрожал мелкой собачьей дрожью, и вздрагивала борода, и зубы, из бороды ощеренные, тихонько ляскали. Брови изогнулись, глаза глядели с удивлением и скорбью невыносимой» [322].

Осип Баев продолжает жить, чтобы мстить убийцам семьи, ненависть вытесняет человеческое начало, «...он вроде демона. Свирепый!» [318]. За Баевым закрепилось прозвище «Летучий»: «...летает по всем фронтам, смерти ищет, а она – от него...» [317]. Автор подчеркивает, что героем руководят уже не классовые интересы, а личные переживания, стремление наказать виновников семейной трагедии: «И заметь, – говорит другой земляк Осипа Бабушкин, обращаясь к молодому партизану Васяге, – прольет еще он крови... этих... самых...» [318].

Детали портрета Осипа Баева указывают на его крестьянские корни: «Высокого роста человек в армяке... Полы армяка клинообразно подоткнуты за пояс, рыжий картуз на голове съехал тульею вперед. По лаптям видно было, что этот человек прошел немало мест» [315]. В тексте неоднократно

¹ Федосеев Г. Иван Касаткин / Г. Федосеев // Земля советская. – М., 1932. – № 9. – С. 134.

² Из писем 1920-х годов И. Касаткина С. Подьячеву: «...Побыл я в деревне, поглядел, как живет и страдает великомученик мужик...»;

«...Поразила меня жизнь в деревне Ив. Вольнова... Ходят все в лаптях. Пьет он, Иван-то, с горя... Тяжелая жизнь...» (Подьячев С.П. // РГАЛИ, ф. 374, оп. 1, ед.хр. 242.)

отмечено наличие у Осипа бороды: «...Осип качал головой, наverting сваявшуюся сосками бороду на палец...» [315]; «А Осип, накрутив бороду на палец, двинулся к вокзалу...» [316]. Крестьянское происхождение героя не случайно подчеркивается автором – Осипу Баеву не чужды лучшие качества русского крестьянина: милосердие, жалость, но жестокое время подавляет эти черты характера героя (Осип сравнивается в тексте с «дикой кошкой», «страшной собакой»).

Известие о трагедии с родными проявило важную деталь его психологического портрета – удивление, вылившееся в недоуменный вопрос: убийцы беззащитной женщины и малолетних детей – тоже люди? Земляк Баева, знавший его в прошлые годы, характеризует друга неожиданно для окружающих: «А Осип, ребята, золотой человек. Умница, прямо сказать...»; «...младенец он, Осип-то. Душа у него, парень, ежели прямо говорить, святая. Мягше человека не найти. Знамо, тоскует... по семье тоись...» [318].

Потеря родных толкает Осипа на убийства, что облегчало тоску, но и в страшные минуты расправы с врагами в нем проявлялось милосердие: «Летучий наш Осип с пленными солдатами сам разделку вел. Солдат пленных шибко щадил. Скажет так им слово, другое, после этого велит подумать. Глядим, ребята уже и под ружье просятся – наши стали. Ну, а что касаемо офицеров... офицерам пощады не давал» [322]. Нечеловеческая жестокость Баева подпитывалась «больной» памятью – он просил Соколова повторять рассказ о расправе белых офицеров с семьей, вновь переживал приливы ненависти, мстительности.

Примечательно, что Осип Летучий беспощадно уничтожал белогвардейцев прежде всего не как классовых врагов – он расправлялся с возможными убийцами-палачами жены и детей. Эта особенность художественного мира рассказа не вполне соответствовала официальным установкам послереволюционного периода: «Порвать со всем личным и всецело отдаться партии... У коммуниста нет и не может быть семьи»¹.

Касаткин не лишает персонажа «лич-

ного», показывает неожиданные душевные движения, перемены в настроении, изображает переживания в нюансах и деталях: «Осип наш, глядим, прямо герой – козырем туда-сюда, распоряжения дает, то-сё... Против вчерашнего – совсем другой!» [320]. Нередко перелом в настроении обозначается наречием «вдруг»: «Осип присел на шпалину, будто дремать собрался. Ему дали котелок каши. Иные приступили было с распросами. Но тот, отодвинув кашу, вдруг как бы спохватился о чем-то и встал...» [316].

В рассказе «Летучий Осип» проявляется особая форма психологического анализа, названная Л.Ф. Киселевой хоровой, – «подключение к мыслям и чувствам героя мыслей и чувств других героев, автора, народного коллективного опыта вообще»². При этом полилог толпы – в рассказе это партизаны – персонализирован, в нем участвуют «новички», бойцы «из старых», «безусый малый», «уралец Бабушкин», «молоденький Васяга», «курносый детина пулеметчик» и т.д. Автор переносит внимание читателя с обобщенного образа «массы» на индивидуальные лица «хора», на их реплики – это, несомненно, придает повествованию напряжение, динамику, углубляет психологизм, способствует выявлению авторских оценок.

«Братцы, Осип! – разнеслось тут и там по луговине. – Летучий Осип!

– Где, где? – завертели головами новички из партизан. – Какой Осип?

– Гляди не ртом... Вона!

– А и впрямь он! – кто-то обрадовался из старых, вскочил, сунул ложку за голенище и заорал: – Он самый! Осип! Летучий дьявол...

– Я же тебе и говорю – он!

– Жив, уральская кость...

– Ну, братцы, если Осип заявился, будет дельце!

– Осип зря не ходит, знамо...» [315].

В этом начальном эпизоде рассказа автор предпринял возрастную дифференциацию толпы, особо подчеркивая, что парти-

² Киселева Л.Ф. Об особенностях психологического анализа в романе М. Шолохова «Тихий Дон». Киселева // Известия АН СССР. Серия Литература и язык. – Т. 24. – Вып. 2. – М., 1965. – С. 123.

¹ Сосновский Л. Больные вопросы (женщина, семья и дети) / Л. Сосновский. – Л., 1926. – С. 15.

занский отряд постоянно пополнялся новыми силами – в него входили и молодые, и старые защитники советской власти. Идея получает развитие в ходе развития событий – и вновь в «разноречии» (термин М. Бахтина) толпы:

«Ребята, гляди, старичок-то!

– Дедуш, аль воевать вздумал?

– Што ж... у меня, мать честна, глаз зо-оркой!

Глядим, четыре молодца выкатывают пулемет. Курносый детина, вытерши шапкой пот с лица, говорит:

– Куда бы нам вот с этим, с кашлюном, определиться?

– Давай, давай сюда!...

– Хе, хе... Держись теперь кондра-революция!» [319].

Глубину трагизма происходящих с Осипом событий автор передает, обращаясь, как и во многих ранних рассказах, к первоначальной, сказовой форме повествования¹. При этом местоимение «я» нередко заменено на «мы» – автор использует коллективную субъектную повествовательную форму: «Вечером мы разместили в вокзале раненых, и, утомленные боем, расположились на лугу в ожидании каши» [315]. Так начинается рассказ, и уже первая его фраза определяет позицию рассказчика – он вместе со всеми, он выразитель общего мнения. Далее это единение подчеркивается на протяжении всего повествования: «*Н а м*, одичалым в походах и боях, это был как есть праздник. *М ы* козырем расхаживали вдоль селения» [319]; «*Н а м*, конечно, толком и не понять всего. Ну, только мелких стычек вроде как и не было. Белогвардеям врезали *м ы* в самое тыло... Как удари-ли-и!» [322]. И завершение рассказа: «Вот тут-то *м ы* его – даже сказать чудно – боялись. Кроткий совсем человек, а неладно глядеть... Ведь какая тяжесть-то свисла над этой головушкой, ежели понять хорошенько» [323] (везде

курсивом выделено мной. – С. Л.).

В рассказе «Летучий Осип» проявилась особенность повествовательной формы, присущая прозе и других авторов 1920-х годов (М. Карпова, А. Неверова, И. Бабеля, в частности) – социальная насыщенность, полифонизм сказа, способствующий проявлению народного характера. Под «мы» рассказчик подразумевает определенную социальную общность – красноармейцев из партизанского отряда, в недавнем деревенских мужиков, крестьян, о чем свидетельствует речь персонажей, детали их внешности. «Мы» включает рассказчика и автора – они в одном социально-историческом контексте, они близки мировоззренчески. Вместе с тем образ рассказчика не вполне тождествен автору.

Заметим, что две из пяти главок рассказа представляют собой несобственно-авторское повествование, в котором основной рассказчик, участник событий, передает слово автору-повествователю: это вторая глава, вместившая диалог двух персонажей с фрагментами авторского повествования от третьего лица, и четвертая глава – разговор Осипа с раненым земляком Соколовым о расправе с семьей. Здесь при объективном выражении плана персонажа дистанция между автором-повествователем и героем незначительна, что подчеркивается сохранением словоупотребления изображаемой народной среды – с диалектизмами, просторечием, синтаксическими фигурами: «Знать, уснул и Бабушкин. Васяга лег навтыжку, руки закинул под голову и глядит на высоко поднявшийся серпок луны. В лесу всё еще ухала выпь. Над лугом жалобно пели комары, гудели жуки майские» (318); «Задохнулся Соколов, отдыхивается. В груди клеточет, кипит. Осип склонился над ним, круто сбывчил голову, дрожит мелкой дрожью, колючей дрожью дрожит, в пол кулаками опираясь» [321].

Примечательно, что в этих главках не используется местоимение «мы» и его грамматические формы, в отличие от остального текста, где рассказчик говорит от имени партизан. Во второй и четвертой главках рассказа проявилось расхождение точек зрения рассказчика и автора-повествователя на происходящее: если для

¹ Литературоведы Г. Белая, В. Бузник, Н. Рыбаков, В. Скобелев, В. Девятков, И. Каргашин, В. Кожевникова отмечают, что в 1920-е годы писатели активно использовали в произведениях сказовое повествование. Особенно ярко это проявилось в прозе крестьянских писателей.

Примечательно, что в эти годы появились основательные работы о теории сказа В. Виноградова, Б. Эйхенбаума, Ю. Тынянова, М. Бахтина и др.

рассказчика Осип прежде всего бесстрашный боец отряда, то автор видит в персонаже глубоко страдающего человека, а потом уже борца с классовыми врагами. Это способствует выявлению важной составляющей авторской концепции: бесчеловечные обстоятельства - революция, Гражданская война убивают душу, деформируют сознание крестьянина - вчерашний носитель идеи добра, милосердия, смирения становится жестоким убийцей, охваченным страстью отмщения.

Эта идея получила развитие в рассказе «Вражья сила» (1922). Главный герой, старый «лесовик-охотник», не может убить животное из-за жалости: «Случилось ему раз устрелить в горах козу. Подходит к ней, а она как забякает человеческим голосом, поребячи, да как глянет в упор на Никиту жалостными глазами... С тех пор шабаш бить коз! Так и прозвали его Козья Милость» [324]. В годы Гражданской войны старик добровольно вступил в партизанский отряд, был готов убивать колчаковцев – «вражью силу»: «Нет злее зверя супротив барина да купца»[324].

Некоторые советские критики видели в подобном изменении сознания крестьянина положительное начало - пробуждение деревни, утрату «мужичьей» патриархальности, проявление в характере русского человека несогласия с социальной несправедливостью¹. Сам же автор, приветствуя активность ранее угнетенных людей, не приемлет насилие как средство достижения любых, даже самых гуманных, целей. Тем более что «вражья сила» - это бывшие солдаты белой дивизии, перебежчики, намайвавшиеся люди, собранные белыми в Сибири «по мобилизации, дери ее черт!»[328], которые «загодя промеж себя решили: перевалим горы и обернемся супротив их!»[328].

Оптимизм, решительность, открытость, добродушие, чувство юмора сибиряков - «вражьей силы» - противопоставлено в тексте настороженности, воинственности партизана-старика Никиты, в мироощущении которого нравственные категории искажены, вытеснены понятиями военного

времени. Автор симпатизирует перебежчикам-красноармейцам, которых, завершая рассказ, вновь - уже с иронией - называет «вражьей силой»: «Рявкнуло дружное «ура», и вражья сила множеством рук подхватила Козью Милость на воздух - только лапти кверху взыграли»[329].

Повествовательная форма «Вражьей силы» смешанная, вобравшая элементы сказа, несобственно-авторское слово, а также прямую речь персонажей - в рассказе ярко представлено «хоровое» начало, реплики партизан и солдат-сибиряков передают гамму чувств персонажей, содержат эмоциональные оценки происходящего. В рассказе проявилась еще одна особенность сказового повествования Касаткина 1920-х годов – нарочитое подчеркивание автором комических элементов речи персонажей, что снимает напряженность, остроту событий.

Драматизм социальных противоречий периода Гражданской войны Касаткин подчеркивает в рассказе, используя зрительные и слуховые контрасты. Важнейшим приемом психологизма в тексте явились пейзажные зарисовки, в которых писатель противопоставляет живую природу агрессии человека: «Отгрохотали в горах буйные речушки и вошли в берега, в топи и хляби, заточились под корневища хвойных великанов. Вот и весна-краса!»[324]. Динамичный, экспрессивный ранневесенний пейзаж в начале рассказа указывает на решительность настроения крестьян, для которых весна явилась сигналом к началу партизанского похода против белогвардейцев: «Одно слово: враг за вешнее бездорожье дюже подготовился и гонит сюда полчища» [324]. Лес, приречная долина стала для партизан местом дозора – они «вражью силу высматривали». Вместе с тем рассказчик обращает внимание на детали весеннего пейзажа, противопоставляя «сияние солнышка» - «сверкнувшим штыкам» [327], подчеркивая противоестественность «звукания ружей» живым звукам пробуждающейся природы: «Известно, весна, в лесу – благодать. По вечерам вдоль речки соловьи так и ахают. Синий туман в далях обволакивает лес будто дымом. В полдни да на припеке – смолиной не продохнешь. Зелень, травы на глазах так и прут из земли на полянах... Ну, про-

¹ См., например: Скобелев В.М. Масса и личность в русской прозе 20-х годов (к проблеме народного характера). – Воронеж, 1975.

пади, голова!» [325]. Пейзаж составляет психологический, эмоциональный фон повествования, опосредованно характеризующий рассказчика, не утратившего в жесткое время желания и способности наслаждаться красотой природы.

Контрастность пейзажных зарисовок в рассказе проявляет трагический разлад бы-

тия, противоречие между высоким назначением человека-созидателя и его действиями, несущими разрушение и смерть. По убеждению Касаткина, всякая война ожесточает человека, искажает представление о добре и зле, разрушает гармонию отношений человека с окружающими миром.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Занковская, Л.В. Крестьянские рассказы Ивана Касаткина / Л.В. Занковская // Русская литература XX века. Советская литература. – М., 1976.
2. Касаткин, И.М. Перед рассветом: Избранные рассказы / И.М. Касаткин: вступ. ст. и прим. Н.И. Страхова. – М., 1977.
3. Касаткин, И.М. // РГАЛИ, ф.246, оп.1, ед.хр. 33.
4. Касаткин, И.М. // РГАЛИ, ф.246, оп.1, ед.хр. 95.
5. Касаткин, И.М. // ОР ИМЛИ РАН, ф.21, оп.1, ед.хр. 31.
6. Касаткин, И.М. // ОР ИМЛИ РАН, ф.21, оп.1, ед.хр. 37.
7. Касаткин, И.М. Литературные ухабы // Красная новь. – 1923. - № 7.
8. Киселева, Л.Ф. Об особенностях психологического анализа в романе М. Шолохова «Тихий Дон». // Известия АН СССР. Серия: Литература и язык. – Т. 24. – Вып. 2. – М., 1965.
9. Лебедева, С.Н. Проза забытых русских писателей 1920-х годов: Художественное осмысление крестьянской темы: монография. – Тольятти, 2009.
10. Лебедева, С.Н. «Тяжелая жизнь... Нехорошо что-то...» (эпистолярный диалог И.М. Касаткина и С.П. Подъячева) // Материалы III Междун. научн. конф. «Русский язык в контексте национальной культуры». - Саранск: Изд-во Морд. ун-та, 2015. - С. 190-195.
11. Опыт неосознанного поражения: модели революционной культуры 20-х годов: сост. Г.А. Белая. – М., 2001.
12. Подъячев, С.П. // РГАЛИ, ф. 374, оп. 1, ед.хр. 242.
13. Подъячев, С.П. // РГАЛИ, ф. 374, оп. 3, ед.хр. 13.
14. Скобелев, В.М. Масса и личность в русской прозе 20-х годов (к проблеме народного характера). – Воронеж, 1975.
15. Сосновский, Л. Больные вопросы (женщина, семья и дети) / Л. Сосновский. – Л., 1926.
16. Трубина, Л.А. Русский человек на сквозняке истории. Историческое сознание в русской литературе 1-й трети XX века: Типология. Поэтика / Л.А. Трубина. – М., 2000.
17. Федосеев, Г. Иван Касаткин / Г. Федосеев // Земля советская. – М., 1932. - № 9. - С. 133-141.

УДК: 81
ББК: 81.1

Леонов В.А.

ИРОНИЧНЫЙ ДЕТЕКТИВ В КОНТЕКСТЕ ТЕОРИИ ВОЗМОЖНЫХ МИРОВ

Leonov V.A.

THE IRONIC DETECTIVE STORY FROM THE PERSPECTIVE OF POSSIBLE-WORLDS SEMANTICS

Ключевые слова: ирония, дискурс ироничного детектива, возможный мир, лингвистическая модальность, способ конструирования, интерпретация, языковая игра, ироничная ситуация, смысл, аллюзия, прецедентный феномен, интертекстуальность.

Keywords: irony, discourse of ironic detective story, possible world, linguistic modality, way of constructing, interpretation, language game, ironic situation, meaning, allusion, precedent phenomenon, intertextuality.

Аннотация: статья посвящена изучению конструктивного характера иронии в детективном дискурсе. Ирония рассматривается как универсальная категория постмодернистского мировидения, анализируются лексические единицы, формирующие ироническую семантику высказываний в детективном дискурсе. Анализируя противоречия, создаваемые ироническим высказыванием, автор приходит к выводу, что ирония выступает одним из эффективных способов конструирования возможных миров и смыслов в дискурсе ироничного детектива. Дискурс ироничного детектива определяется как особый литературно-художественный дискурс, в котором происходит ироничная репрезентация мира реального в контексте конструирования «возможного мира» с помощью определенных языковых маркеров.

Abstract: the purpose of the article is to identify the constructive nature of irony in detective discourse. Irony is considered as a universal category of postmodern mentality. The author analyses lexical units comprising the ironic semantics of utterances in detective discourse. Analyzing the contradictions created by ironic utterances the author concludes that irony is one of the most effective ways to construct possible worlds and meanings in discourse of ironic detective story. The discourse of ironic detective story is a specific literary discourse where the ironic representation of real world takes place in the context of construction possible world with the help of special lexical markers.

Антропоцентризм современной лингвистики направлен в первую очередь на раскрытие когнитивных механизмов порождения дискурса, исследования закономерностей их функционирования, а также способов их репрезентаций в языке.

Исследование сознания через дискурс, языковые репрезентации формирует множество подходов, среди которых актуальным представляется теория возможных миров (ТВМ) в исследовании дискурса ироничного детектива. Возможный мир в данной работе понимается как «вероятностное положение дел по отношению к субъекту, находящемуся в реальном мире и проецирующему свое реальное «я» в иные мыслительные про-

странства».¹

Идеи о возможных мирах, впервые обозначенные в трудах Г.В. Лейбница, Дж. Локка, И. Канта, сегодня активно используются для объяснения многих явлений когнитивной науки, в том числе и в лингвистике, где «конструируются комплексные модели, сочетающие понятия возможного мира, момента времени, субъекта произнесения (миры наблюдателя) и субъектов пропозициональных установок (миры познающих)»² (см., например, Д. Льюис, С. Крип-

¹ Хинтиikka, Я. Логика в философии – философия логики – М., 1980. – С. 38.

² Герасимова, И.А. Возможных миров семантика – URL: <https://iphlib.ru>

ке, Я. Хинтикка, У. Эко, Р. Столнейкер, В.В. Целищев, Е.А. Сидоренко, А.П. Бабушкин и др.).

Существуют разные подходы к трактовке возможного мира, в частности, возможный мир может рассматриваться как с позиции внешней референции (Э.В. Бардасова, З.Я. Тураева, С.Д. Левина, Е.А. Луговая и др.), где в центре внимания «выявление мирообразующих приемов (аномалии, аллюзии, метафоры), обеспечивающих связь возможного мира с миром действительным», так и с позиции внутренней референции (Н.Д. Арутюнова, А.П. Бабушкин, Ю.С. Степанов, Т.Р. Медведева и др.) как «личного мира субъекта»¹.

Как объект лингвистической науки возможный мир может представлять собой ментальный мир, актуализированный в языковом знаке, это «некоторое множество высказываний (предложений)»². Посредством данных высказываний осуществляется выражение, отображение дел, событий, фактов мира реального сквозь призму сознания наблюдателя, коммуникатора. Осмысление и интерпретация мира в контексте теории возможных миров не идентично его пониманию в рамках, например, философского подхода, где мир представляется универсумом, тотальной целостностью бытия во всех его формах и проявлениях.

Понятие «возможный мир» в когнитивной науке в целом, и в лингвистике в частности – это устойчивое понятие, возможное жизнеустройство, возможная совокупность опыта. Языковые знаки, с помощью которых происходит вербализация возможного мира, являются границей между мирами. Таким образом, мы можем выявить набор средств языка, которые могут в различных контекстах задавать вектор миропорождения. С этой точки зрения ироничность становится мощным средством конструирующей деятельности в дискурсе говорящего. Это обусловлено самой природой явления – амбивалентностью смыслов в высказывании, где «экспликация интенционального смысла ведет от экспликации уже подтвержденного созерцательно смысла <...> к конструкции сущностно связанного синтетического многообразия возможных восприятий того же самого предмета»³.

В.В. Целищев при определении возможного мира указывал, что его следует понимать «эпистемологически, то есть как другой вариант видения реального мира»⁴. Этот «другой вариант» с точки зрения лингвистического подхода конструируется в дискурсе и выражается определенными языковыми средствами. Здесь следует добавить, что согласно исследованиям, проводимым в рамках теории возможных миров, к ним с полным правом можно отнести художественные миры⁵.

В языковом плане дискурс возможного мира фундируется понятием модальности как категории отношения (о понятии модальности) [см. В. Целищев, Д. Льюис и др.]. Модальность, прежде всего лингвистическая, привлекает нас не только как категория, позволяющая «заглянуть» в возможные миры, но и как средство, и как среда формирования таких миров. Лингвистическая модальность охватывает совокупность явлений, неоднородных по смысловому объему, грамматическим свойствам и по способу своей оформленности⁶.

Две стороны модальности – объективная и субъективная – предполагают не только вариативность «случаев», способных актуализировать «возможные миры» – различные виды модальностей видоизменяют картину мира, вызывая ее девиации от стандартного состояния. Норма не апеллирует к иным мирам; миропорождение возникает

Гуссерль, Э. Избранные работы – М.: Издательский дом «Территория будущего», 2005. – С. 313.

⁴ Целищев, В.В. Философские проблемы семантики возможных миров – Новосибирск: Наука, 1977. – С. 28.

⁵ Серль, Дж. Логический статус художественного дискурса // Логос: философско-литературный журнал / Центр феноменол. философии при филос. фак. РГПУ. – М.: Дом интеллектуальной книги, 1999. - №3. - С. 34-45.

⁶ Бабушкин, А.П. «Возможные миры» в семантическом пространстве языка – Воронеж: Воронежский государственный университет, 2001. – С. 13.

¹ Новикова, А.В. Лингвистический анализ реализации возможных миров в художественном тексте: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. – Челябинск, 2010. – С. 8.

² Сидоренко, Е.А. Логика. Парадоксы. Возможные миры (Размышления о мышлении в девяти очерках) – М.: Эдиториал УРСС, 2002. – С. 277.

лишь тогда, когда фрагменты картины мира интерпретируются через призму модальности.

Как отмечает Н.Д. Арутюнова, «повседневность не возбуждает коммуникативных центров ни у говорящих, ни у слушающих»¹. «Странность» (в терминах Е.М. Вольф) классифицируется как девиация от стереотипа, отход от привычного и заурядного, если «мы в фантазии осуществляем свободную вариацию нашего фактического мира, превращая его в те или иные мыслимые миры, то мы неизбежно вместе с тем варьируем и нас самих, для которых он является окружающим миром. Мы преобразуем нас самих в некую возможную субъективность, для которой окружающим миром был бы соответствующий вымышленный мир, как мир ее возможного опыта, возможных теоретических очевидностей, ее возможной жизни сознания, тем или иным образом соотношенной с этим миром»². В этой связи хочется упомянуть о том, что понятие «странность» непротиворечиво отсылает нас к термину русских формалистов – «остранение» (В.Б. Шкловский). Этот аспект станет предметом анализа в следующих работах в контексте изучения иронии как инструмента создания эффекта остранения.

Рассмотрев выше понятие возможного мира и его интерпретацию, перейдем к рассмотрению дискурса ироничного детектива с этих позиций. Исследование языковой специфики дискурса ироничного детектива представляется актуальным в свете исследований постмодернистской ментальности, т.к. «культура постмодерна во многом придерживается тех же позиций, какие высказывал Томас Манн в отношении иронической пародийности как метода переосмысления культурного опыта предшествующих веков и выявления интертекстуальных смысловых отношений, только теперь поиск направлен на построение многомерной и плюралистической картины мира»³. В таком

случае, как указывает Э. Гуссерль, «жизнь сознания всегда протекает как жизнь, конституирующая в себе смысл, и как жизнь, конституирующая смысл из смысла»⁴.

Замечено, что ломка стереотипов активизирует память. Для примера рассмотрим некоторые заглавия ироничных детективов с точки зрения их семантики и прагматики. Как отмечает А. Эткинд: «весь текст в целом, это многослойная система означающих, является означаемым в отношении своего заглавия. Заглавие, как означающее, некоторым образом соответствует тексту, как означаемому»⁵. Кроме того, заглавие выполняет и вполне утилитарную функцию – является своего рода торговой маркой – «представляя текст читателю, заглавие должно отвечать исторически изменчивым нормам, требовательность которых усиливается с конкурентной насыщенностью рынка» [см. там же].

Тексты не могут существовать изолированно – они всегда соотносятся с другими текстами и в этой соотношенности могут быть репрезентированы заглавиями, игра которых порой более очевидна, чем игра самого текста. Очень часто заглавия ироничных детективов представлены оксюморонными структурами, аллюзиями, цитатами, игрой слов и другими способами апелляции к прецедентным феноменам. В таком случае упоминание хотя бы одного персонажа, ситуации прецедентного текста порождает определенные смысловые ассоциации у читателя, порождает возможный мир и детерминирует интерпретацию детективного текста читателем.

Например, произведения английского классика У. Шекспира занимают достаточно высокие позиции по уровню цитируемости вообще и в детективном дискурсе в частности. Обратимся к примерам заглавий ироничных детективов, для которых характерной оказывается конструкция с усложненной семантикой.

¹ Арутюнова Н.Д. Ненормативные явления и язык // Язык и логическая теория. - М.: Центр. совет философ. (методол.) семинаров при Президиуме АН СССР, 1987. - С. 143.

² Гуссерль, Э. Избранные работы – М.: Издательский дом «Территория будущего», 2005. – С. 326-327.

³ Пивоев, В.М. Ирония как феномен культуры – Петрозаводск: Изд-во ПетрГУ, 2000. – С. 31.

⁴ Гуссерль, Э. Избранные работы – М.: Издательский дом «Территория будущего», 2005. – С. 314.

⁵ Etkind, Alexander Поэтика заглавий // Revue des études slaves, tome 70, fascicule 3, 1998. – URL: http://www.persee.fr/doc/slave_0080-2557_1998_num_70_3_6528

«*A Midsummer Nights Scream*» (Churchill Jill) – апелляция к У. Шекспиру и его комедии «*A Midsummer Night's Dream*». Однако в самом тексте детектива присутствует эффект обманутого ожидания, который основывается на несовпадении функций коммуникативных персонажей детективного повествования и функций персонажей прецедентного текста.

«*Mulch Ado About Nothing*» (Churchill Jill) — здесь игра слов, вариация заглавия известной пьесы У. Шекспира – «*Much Ado About Nothing*». ««*Джоконда*» *Мценского уезда*» (Павская И.) – активизирует сразу несколько прецедентных имен – картину «*Джоконда*» Леонардо да Винчи и произведение «*Леди Макбет Мценского уезда*» Н. Лескова, где аллюзия к самой Макбет в свою очередь восходит к трагедии У. Шекспира «*Макбет*».

«*Pride and Prescience*» (Bebris Carrie) – здесь прецедентным феноменом выступает произведение «*Pride and Prejudice*» Джейн Остин.

«*Withering Heights*» (Cannell Dorothy) – игра слов, отсылка к заглавию «*Wuthering Heights*» Э. Бронте.

«*Дамы с заначкой*» (Чацкая А.) – аллюзия к заглавию повести А. Чехова «*Дама с собачкой*».

«*Доктор Web для молодого вампира*» (Стрельцова М.) – апелляция к известной антивирусной программе из мира IT-технологий, созданной для борьбы с вирусными программами, вирусами.

Таким образом, использование различных средств языка и приемов, позволяет автору уже на уровне заглавия сконструировать определенный возможный мир, а наличие диссонанса, заключающегося в столкновении двух контекстов слова, проецируемых в сознании коммуникантов посредством смысловых «когнитивных линий», в терминах Ч. Филлмора (Fillmore 1982), представленных в противоречивых возможных мирах, в рамках одного высказывания помогает расширить горизонт интерпретации¹.

¹ Вербицкая, О.Ю. Опыт лингвистического исследования парадоксального речевого акта в комическом дискурсе: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02. 04 – Иркутск, 2005. – С. 6.

Важно сделать замечание о том, что конструирование возможного мира происходит двояко – автор либо сам его создает, либо заимствует из какого-либо источника. В данных примерах мы видим отсылку к прецедентным феноменам, аллюзии, игру слов, которые позволяют автору разбудить сознание читателя и настроить его на специфическое толкование. Следовательно, констатируемые пропозиции с разным коэффициентом «странности» выстраиваются в лестницу «по нарастающей», которая ведет из реального мира в иные/ возможные миры с их соответствующими «картинами».

Ироничное переосмысление известных феноменов и сама ирония становится одним из источников порождения возможных миров в дискурсе адресанта, семантика которого будет репрезентирована языковой единицей (языковыми единицами), инкорпорирующей смысл. В терминах теории речевых актов можно сказать, что создание возможного мира есть речевой акт автора, который следует отличать от речевых актов его героев в созданном им возможном мире². Исходя из классификации Т. ван Дейка (Дейк, 1989), можно говорить о двойственной ситуации, в которой создание ироничного детектива, можно отнести к макроречевому акту, а дискурс персонажей (сыщик, преступник, жертва, свидетель) – к микро-речевому акту. При этом микро/ макроречевые акты будут представлять ироничный дискурс. Следует также коснуться вопроса о направленности ироничного дискурса. Логично, что макроречевой акт автора подразумевает иронию относительно всех персонажей, включая самого автора – «ирония на себя». В свою очередь ироничность персонажей может быть направлена в отношении друг друга. Например, ситуация, в которой оказывается жертва, с точки зрения здравого смысла, не может быть подвергнута ироничному комментированию со стороны сыщика, однако нарушение этого тезиса происходит довольно часто в подобном дискурсе.

Дискурс ироничного детектива (ДИД) представляет собой специфичный литера-

² Куницына, Е.Ю. Историко-функциональный аспект шекспиризмов: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 – Иркутск: ИГЛУ, 1998. – 206 с.

турно-художественный дискурс, главным признаком которого является ироничная репрезентация мира реального в контексте конструирования возможного мира и эстетического воздействия на читателя. В этом плане наше внимание сосредоточено на закодированных смыслах. Их интерпретация и расшифровка напрямую связаны с когнитивной деятельностью адресата, к которому обращается автор, вовлекая его в процесс разгадывания словесной игры-загадки. ДИД имеет под собой рациональное основание. При конструировании возможного мира его продуцент не выходит за рамки реального опыта известной материально-физической действительности, по-новому сочетая свойства имеющихся в его распоряжении объектов, экстраполируя реалии современного мира на область изображаемого мира, иронически переосмысливая и переформулируя известные аспекты реальности. Переформулировка и пересказ уже известного, с включением в него особых языковых маркеров, привносит новый смысл.

Дискурс ироничного детектива – это дискурс, «содержащий целую систему разного рода семантических, стилистических, нарративных и прагматических отклонений на фоне стандартного языка, которые функционально нагружены, т.е. являются средством выражения особой эстетической интенции автора и средством фиксации особой «картины мира» художника».¹

Конструирование ироничного дискурса как мира возможного в пределах детективного дискурса, ограничено «контекстом речевого акта и, прежде всего, знаниями, которыми обладают говорящие субъекты,

набором их презумпций, их представлениями о законе, морали, физических возможностях, о том, что считается естественным и нормальным и т.д.».²

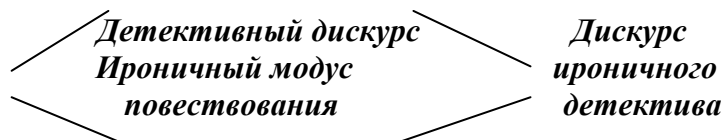
Следует заметить, что когда мы говорим об отдельных элементах дискурса, репрезентированных конкретными речевыми актами, целесообразно говорить не о конструировании *мира*, а о конструировании *ситуации (дискурсивной ситуации)*. Поскольку ситуация носит частный характер и объясняет, отражает частичную репрезентацию опыта говорящего, а термином «*возможный мир*» мы описываем всю тотальность информации.

Таким образом, дискурс ироничного детектива формируется за счет создания ироничных ситуаций. В.М. Пивоев отмечает, что «ироничная ситуация включает в себя ироника, объект иронии, средства выражения иронии, контекст и свидетелей, которые выступают в роли зрителей, нередко своим восхищением участвуют в процессе иронизирования, выполняя роль катализатора этой театрализованной игры».³

С этих позиций любой участник в пределах его персонажной номинации (в терминах Т.Г. Ватолиной) помещается в мир ироника, и конструирует ироничный дискурс, который становится возможным миром со своими «правилами игры». В таком случае чуткость в понимании иронии и ироничного модуса «можно уподобить завоеванию новой позиции в прежнем видении мира».⁴

Таким образом, дискурс ироничного детектива как возможный мир представляется нам как сочетание ироничного модуса повествования и детективного дискурса:

Автор
Персонаж
(преступник, жертва, сыщик,
свидетель)
Читатель (интерпретатор)



¹ Радбиль, Т.Б. Концепт игры в аномальном художественном дискурсе // Логический анализ языка. Концептуальные поля игры: сб. науч. тр. – М.: Индрик, 2006. – С. 309.

² Бабушкин, А.П. «Возможные миры» в семантическом пространстве языка – Воронеж: Воронежский государственный университет, 2001. – С. 6.

³ Пивоев, В.М. Ирония как феномен культуры – Петрозаводск: Изд-во ПетрГУ, 2000. – С. 71.

⁴ Гадамер, Х.-Г. Истина и метод – М.: Прогресс, 1988. – С. 511.

Как отмечается, «возможные миры», как и действительный мир, регистрируются языковыми средствами¹, формирующими контур определенного типа дискурса. В контексте нашей темы дискурс ироничного детектива будет регистрироваться лексическими единицами, имеющими ироничную нагрузку.

В данном случае необходимо отметить очень важный аспект ироничного детектива. Анализируя массив детективных произведений, исследователь множество раз может столкнуться с примерами иронии в детективах, например, А. Кристи, А.К. Дойла и других классиков жанра. Для ироничного детектива характерна тотальность иронии, она выступает не просто единичным средством, а основой дискурса.

Глубинное аксиологическое измерение дискурса выявляется в процессах порождения, понимания на основе интерпретации, инференции, естественного конструирования значимых смыслов. Инференция – механизм понимания, догадки, который основан либо на логике, либо на интуиции. Ирония закладывает в дискурсивные репрезентации глубокую интерпретативную перспективу, которая выводит дискурсивизацию на грань между поверхностно высказываемым смыслом и глубинным смыслом. В таком случае глубинный смысл приобретает в дискурсе ценностную окраску для участников.

Дискурс ироничности и человека иронизирующего представляет собой возможный мир, который может быть фундирован субъектом как оценочная интерпретация сущности объекта мира действия. Ироничность может быть направлена «от себя» и «на себя». С ее помощью конструируются возможные миры, которые представлены в языке путем использования разнообразного репертуара средств – языковых маркеров. Поиск языковых знаков-маркеров, «порождающих» возможные миры и делающих их доступными для анализа – важнейший, но не единственный прием. В процессе исследования и описания возможного мира в дискурсе эффективными оказываются такие

методы как когнитивный анализ языковых выражений, семантика которых признается «миропорождающей»; метод контекстуального анализа, сводимый к анализу пресуппозиций и логика здравого смысла.

Смысл слова составляет совокупность того, что оно вызывает в сознании, «представляет собой совокупность всех психологических фактов» и «оказывается всегда динамическим, текучим, сложным образованием, которое имеет несколько зон различной устойчивости <...>»². В новообразованном контексте слово, лексическая единица легко меняет свое смысловое значение. Высказывания, имеющие субъективную окраску, наполненные личностным, индивидуальным содержанием включенные в общение безусловно несут в себе множество смыслов, явных и не явных, сознаваемых и не сознаваемых говорящим. Являясь «многосмысленными», они таким образом, несут в себе неопределенность.

Понятие «возможный мир» можно определить как возможное положение дел, либо как возможное направление развития событий. В частности, иронизирующий человек полагает, что его высказывание, если оно включает оценочную модальность, станет ориентиром для адресата в плане изменения его отношения к событию, поведения и т.д., то есть «говорящий вмешивается в сферу другого, ориентируя его действия»³. Иронизирующий субъект стремится интегрировать свой возможный мир в мир действия и сделать попытку изменить мир внешний под себя, т.е. дать оценку происходящему и попытаться привести мир чужой в равновесие со своим.

Подводя итог, хочется еще раз отметить, что конструирование другого мира и смысла в дискурсе ироничного детектива органично вытекает из сущности самого понятия – «ироническое высказывание» – в котором ирония инициирует создание новых миров и смыслов.

¹ Бабушкин, А.П. «Возможные миры» в семантическом пространстве языка – Воронеж: Воронежский государственный университет, 2001. – С. 4.

² Выготский, Л.С. Мышление и речь – М.: Лабиринт, 1999. – С. 311.

³ Арутюнова, Н.Д. Язык и мир человека – М.: 1999. – С. 646.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Арутюнова, Н.Д. Ненормативные явления и язык // Язык и логическая теория. - М.: Центр. совет философ. (методол.) семинаров при Президиуме АН СССР, 1987. - С. 178 - 186.
2. Арутюнова, Н.Д. Язык и мир человека [Текст] / Н.Д. Арутюнова. – М.: 1999. – С. 646.
3. Бабушкин, А.П. «Возможные миры» в семантическом пространстве языка [Текст] / А.П. Бабушкин. – Воронеж: Воронежский государственный университет, 2001. – 86 с.
4. Ватолина (Бянкина), Т.Г. Когнитивная модель детективного дискурса (на материале англоязычных детективных произведений XIX-XX вв.): дис. ... канд. филол. наук [Текст] / Т.Г. Ватолина. - Иркутск, 2011. - 209 с.
5. Вербицкая, О.Ю. Опыт лингвистического исследования парадоксального речевого акта в комическом дискурсе [Текст]: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02. 04 / О.Ю. Вербицкая – Иркутск, 2005. – 17 с.
6. Выготский, Л.С. Мышление и речь [Текст] / Л.С. Выготский. – М.: Лабиринт, 1999. – 352 с.
7. Гадамер, Х.-Г. Истина и метод [Текст] / Х.-Г. Гадамер. – М.: Прогресс, 1988. – 704 с.
8. Герасимова, И.А. Возможных миров семантика [Электронный ресурс] // Новая философская энциклопедия. – Режим доступа: <https://iphlib.ru> (дата обращения 22.12.2017).
9. Гуссерль, Э. Избранные работы [Текст] / Э. Гуссерль. – М.: Территория будущего, 2005. – 464 с.
10. Куницына, Е.Ю. Историко-функциональный аспект шекспиризмов [Текст]: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Е.Ю. Куницына. – Иркутск: ИГЛУ, 1998. – 206 с.
11. Льюис, Д. Истинность в вымысле [Текст] / Д. Льюис // Логос: философско-литературный журнал / Центр феноменол. философии при филос. фак. РГПУ. - М.: Дом интеллектуальной книги, 1999. - № 3. - С. 48-68.
12. Новикова, А.В. Лингвистический анализ реализации возможных миров в художественном тексте [Текст]: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / А.В. Новикова. – Челябинск, 2010. – 24 с.
13. Пивоев, В.М. Ирония как феномен культуры [Текст] / В.М. Пивоев. – Петрозаводск: Изд-во ПетрГУ, 2000. – 109 с.
14. Радбиль, Т.Б. Концепт игры в аномальном художественном дискурсе [Текст] // Логический анализ языка. Концептуальные поля игры: сб. науч. тр. – М.: Индрик, 2006. – 544 с.
15. Серль, Дж. Логический статус художественного дискурса [Текст] / Дж. Серль // Логос: философско-литературный журнал / Центр феноменол. философии при филос. фак. РГПУ. - М.: Дом интеллектуальной книги, 1999. - №3. - С. 34-47.
16. Сидоренко, Е.А. Логика. Парадоксы. Возможные миры (Размышления о мышлении в девяти очерках) [Текст] / Е.А. Сидоренко. – М.: Эдиториал УРСС, 2002. – 321 с.
17. Хинтиikka, Я. Логика в философии – философия логики [Текст] / Я. Хинтиikka. – М., 1980. – С. 38-41.
18. Целищев, В.В. Философские проблемы семантики возможных миров [Текст] / В.В. Целищев. – Новосибирск: Наука, 1977. – 192 с.
19. Etkind, Alexander Поэтика заглавий [Электронный ресурс] // Revue des études slaves, tome 70, fascicule 3, 1998. – Режим доступа: http://www.persee.fr/doc/slave_0080-2557_1998_num_70_3_6528 (дата обращения 12.12.2017).
20. Cannell, D. The Thin Woman [Text] / D. Cannell. – New York: Bantam Books, 1992. – 146 p.
21. Stalnaker, R.C. Possible Worlds and Situations // Journal of Philosophical Logic. – 1986. – № 15. P. 109-123.

УДК: 81'1
ББК: 81.411.2-7

Пригарина Н.К.
**К ВОПРОСУ О СТИЛИСТИЧЕСКИХ И РИТОРИЧЕСКИХ КОНЦЕПЦИЯХ
ОПИСАНИЯ ЖАНРОВ РЕЧИ**

Prigarina N.K.
**ON THE QUESTION OF THE STYLISTIC AND RHEORICAL CONCEPTS
OF GENRE OF SPEECH**

Ключевые слова: жанр речи, концепция жанра, стилистический подход, риторический подход, адресант, адресат, замысел, задача, композиция, модель жанра.

Keywords: genre of speech, the concept of the genre, the stylistic approach, the rhetorical approach, the addressee, the addressee, the idea, the task, the composition, the model of the genre.

Аннотация: статья посвящена рассмотрению стилистических и риторических концепций описания жанров речи. Задачей статьи является установление специфики стилистических и риторических концепций описания жанров и определение их роли в построении модели (схемы) жанра. После обзора существующих научных подходов к исследованию проблемы жанров подробно анализируется концепция М.М. Бахтина, обосновывается ее близость к риторическим представлениям о жанрах. Делается вывод о приоритетности риторической концепции, т.к. только она помогает создать схему (модель) жанра, с помощью которой может быть непротиворечиво описан любой жанровый феномен (не только собственно жанр – как речевой, так и риторический, – но и речевое событие).

Abstract: the article is devoted to the consideration of stylistic and rhetorical concepts of the description of speech genres. The aim of the article is to prioritize rhetorical concepts of the description of speech genres. After reviewing the existing scientific approaches to the study of the problem of genres, the concept of MM is analyzed in detail. Bakhtin, justifies its proximity to rhetorical ideas about genres. It is concluded that only a rhetorical concept helps to create a model (model) of the genre, with the help of which any genre phenomenon can be consistently described (not only the genre itself, both verbal and rhetorical, but also a speech event).

Жанр речи как интегрированное понятие привлекает внимание ученых, представляющих разные направления современной коммуникативной лингвистики и смежных наук. При этом понятие жанра занимает особое место в научной парадигме. «С одной стороны, понятие жанра уже заняло прочное место в теории дискурса в целом как одна из базовых единиц его организации (хотя основной единицей организации дискурса жанр признается не всеми исследователями); с другой стороны, многие современные отечественные работы по теории дискурса/текста вообще не используют ни термина жанр, ни положений Бахтина, ни положений сложившейся в России «после Бахтина» теории речевых жанров – зато успешно опираются на работы по дискурсу (прежде всего западные: американские, ан-

глийские, немецкие), где выделяются в качестве базовых другие речевые единицы»¹.

В.В. Дементьев писал, что теория речевых жанров, будучи одним из наиболее активно развивающихся направлений исследований речи, еще не стала полноценной частью лингвистики, что отношения теории речевых жанров и лингвистики не вполне гармоничны².

В настоящее время существуют различные научные подходы к изучению речевых жанров.

В.В. Дементьев различает генристику, жанроведение и коммуникативную генри-

¹ Дементьев В.В. Теория речевых жанров. М.: Знак, 2010. С. 78.

² Дементьев В.В. Теория речевых жанров и актуальные процессы современной речи // Вопросы языкознания. 2015. №6. С. 78.

стику¹.

Генристика – это лингвистическое изучение речевых жанров, которое опирается на методологию и терминологию теории речевых актов и рассматривает преимущественно логико-функциональный аспект речевых жанров.

Жанроведение – это прагматическое изучение речевых жанров, для которого характерно особое внимание к фактору адресанта и адресата.

Генристика и жанроведение различаются, по мнению В.В. Дементьева, следующими факторами: «1) ориентация на монолог – ориентация на диалог; 2) ориентация на логику, грамматику, психологию – ориентация на взаимодействие, помещенное в социально-культурные условия конкретной ситуации, социологию»².

Коммуникативная генристика основывается на синтезе коммуникативной природы речевых жанров и языка, жанр здесь рассматривается как переходное явление между языком и речью.

По мнению В.А. Салимовского, в современном жанроведении можно выделить два направления. «Одно из них опирается на представления, сближающие жанроведческие работы М.М. Бахтина с теорией речевых актов. Другое – внутреннее дифференцированное – основывается на тех мыслях ученого, которые созвучны современным социолингвистическим подходам к изучению текстовой деятельности»³. В русле первого направления написаны работы Н.Д. Арутюновой, А. Вежбицкой, М.Ю. Федосюка, Т.В. Шмелевой, второго – В.Е. Гольдина, В.В. Дементьева, К.Ф. Седова.

Три подхода к анализу речевых жанров обозначено Т.В. Шмелевой: лексический, тесно связанный с теорией речевых актов, стилистический, согласующийся с литерату-

роведением, и речеведческий, предполагающий описание жанра, начиная от замысла автора и условий общения и кончая способами языкового воплощения жанра⁴.

Наиболее востребованными в современной лингвистике являются стилистический и речеведческий подходы. Спор о том, какой из них наиболее релевантен для описания жанров, продолжается много лет.

Задача настоящей статьи – установить специфику стилистических и риторических концепций описания жанров и определить их роль в построении модели (схемы) жанра.

Началом обсуждения этой проблемы стала известная дискуссия между В.В. Виноградовым и М.М. Бахтиным, начавшаяся еще в 20-х годах XX века и продолжавшаяся всю их жизнь.

Различия их концепций с необходимостью вытекали из целей их научных изысканий.

В.В. Виноградов, сосредоточивший основные усилия на изучении поэтической речи, в основу своей концепции положил оценку готовых, формально выраженных текстов художественной литературы. Поэтому элементарной единицей системы речевых жанров в понимании В.В. Виноградова было слово со всеми его грамматическими, семантическими и психологическими индивидуальными особенностями.

В.В. Виноградов четко противопоставил стилистику разговорной и письменной речи стилистике речи поэтической. Описание именно поэтической речи являлось конечной целью автора, что и наложило отпечаток на отбор и осмысление материала. Поскольку художественная речь не творится в процессе общения, а предстает как готовый текст, именно стилистический подход явился для ее изучения наиболее адекватным⁵.

Статья М.М. Бахтина «Проблема речевых жанров»⁶ была первой специальной работой, заложившей основы современного пред-

¹ Дементьев В.В. Коммуникативная генристика: речевые жанры как средство формализации социального взаимодействия // Жанры речи. Саратов: Колледж, 2002. Вып. 3. С. 29.

² Дементьев, В.В. Коммуникативная генристика: речевые жанры как средство формализации социального взаимодействия / В.В. Дементьев // Жанры речи. Саратов: Колледж, 2002. Вып. 3. С. 29.

³ Салимовский В.А. Есть ли у жанроведения границы в пределах коммуникативной лингвистики? // Жанры речи. Саратов: Колледж, 2002. Вып. 3. С. 55-56.

⁴ Шмелева Т.В. Модель речевого жанра // Жанры речи. Саратов: Колледж, 1997, С. 90-91.

⁵ Виноградов В.В. Поэтика и риторика: о языке художественной прозы. М., 1980. С. 241.

⁶ Бахтин М.М. Проблема речевых жанров // Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1979. С. 237–280.

ставления о жанрах. Концепция М.М. Бахтина легла в основу речеведческого подхода. Жанры, по М.М. Бахтину, – это «определенные, относительно устойчивые тематические, композиционные и стилистические типы высказываний»¹. Это ставшее уже классическим определение «в целом соответствует риторическому представлению о последовательности работы над речью: сначала тема (и все другие компоненты, составляющие *изобретение содержания*), потом композиция (этап *расположения*) и лишь затем стилистические особенности (этап *выражения*). Таким образом, в процедуре создания жанра стилистике отводится место лишь на этапе редактирования текста. Индивидуальность жанра формируется именно на первых двух этапах (изобретение и расположение), а на этапе редактирования происходит лишь шлифовка готового текста»².

Единицей исследования для М.М. Бахтина является не лингвистическая единица (слово), как у В.В. Виноградова, а высказывание. «Речевые жанры приходят в человеческое сознание вместе с языком. Научиться говорить значит научиться строить высказывания. Мы говорим высказываниями, а не отдельными словами и предложениями». Высказывания имеют четкие границы, связанные со сменой речевых субъектов. Именно смена речевых субъектов отличает высказывание как единицу речевого общения от единиц языка. Кроме того высказывание обладает завершенностью (целостностью), выражающейся тремя характеристиками: 1) предметно-смысловой исчерпанностью, 2) речевым замыслом или речевой волей говорящего, 3) типическими композиционно-жанровыми формами завершения. При этом о завершенной целостности можно говорить в том случае, когда высказывание выражает «некоторую позицию говорящего, в отношении которой можно занять ответную позицию»³.

С содержанием дискуссии В.В. Виноградова и М.М. Бахтина тесно связано и решение вопроса о соотношении стиля и жанра.

Сторонники В.В. Виноградова считают, что стиль – это совокупность жанров, функционирующих в определенной сфере человеческой деятельности, где стиль и жанр соотносятся как общее и особенное.

Продолжатели идей М.М. Бахтина настаивают, что жанр и стиль – две пересекающиеся области, абстрагирующиеся от разных признаков текста, то есть функциональный стиль не является жанрово-речевой совокупностью той или иной функциональной подсистемы языка в целом. И эта точка зрения тоже соответствует риторической парадигме. Жанр в первом понимании располагается в двухмерном стилистическом пространстве письменного текста, в то время как жанр во втором понимании существует в трехмерном риторическом пространстве дискурса, где стилистический аспект – только одна из граней, а основные характеризующие признаки жанра сосредоточены вне языка и связаны с внутренними и социальными закономерностями.

Например, анализируя жанр научного обзора, В.А. Салимовский пишет: «Оценивающая позиция субъекта речи, будучи одним из главнейших жанрообразующих факторов, проявляется здесь в актуализации целеустановки на осмысление наиболее важных идей в развитии некоторой области знания. Содержание этих идей разъясняется читателю, налицо «разговор с ним», диалогичность в форме «я - вы». При этом различные подходы к проблеме сравниваются и оцениваются субъектом речи (*Гораздо более перспективными... кажутся теории значения...*), тем самым в широком контексте реализуется и разновидность диалогичности «он₁ – он₂ – я»⁴. Здесь основные жанрообразующие признаки (цель, адресация) трактуются исключительно на грамматическом уровне, как использование соответ-

¹ Бахтин М.М. Проблема речевых жанров // Эстетика словесного творчества. М: Искусство, 1979. С. 241-242.

² Анисимова, Т.В. Стилистика и риторика об оценке самостоятельности речевых жанров // Вестник Волгоградского гос. ун-та. Сер. 2. Языкознание. 2012. № 1 (15). С. 247.

³ Бахтин М.М. Проблема речевых жанров //

Эстетика словесного творчества. М: Искусство, 1979. С. 257.

⁴ Салимовский В.А. Жанры речи в функционально-стилистическом освещении (русский научный академический текст): дис... доктора филол. наук. Екатеринбург, 2002. С. 80.

ствующих форм: второго лица глагола, определенных синтаксических конструкций и пр.

С риторической точки зрения, грамматические конструкции не могут быть использованы для оценки замысла оратора, поскольку и цель, и адресация должны быть определены оратором еще до того, как он приступит к созданию речи (и, следовательно, когда еще нет текста как такового). Эти категории отражаются в определенной иерархии ценностей, лежащей в основе аргументации оратора. Что касается грамматических форм, то они являются только внешней оболочкой, одеждой жанровых признаков (появляющейся на последнем этапе творения жанра), а не их сутью.

Первая (стилистическая) концепция приводит ученых к выводу об отсутствии четких границ между жанрами. Здесь нередко можно встретить рассуждения о том, что жанр X это практически то же самое, что жанр Y и различиями можно пренебречь. Ср., например: «Вообще мотив осуждения фактически всегда присутствует в обвинении, и, наоборот, при осуждении в качестве аргументов, подтверждающих справедливость оценки говорящего, приводятся обвинения. В этой статье мы не будем разграничивать исследуемые жанры»¹.

Вторая концепция (риторическая) базируется на твердом убеждении в том, что если бы разные жанры не осознавались говорящими как разные феномены, они не оформились бы как таковые, и жанровый репертуар был бы гораздо уже. Вследствие этого необходимо отыскивать и описывать те черты (признаки), которые разводят жанры, причем даже одного такого признака достаточно, чтобы провести четкую границу и считать их разными жанрами. В частности, *обвинение* и *осуждение* различаются весьма определенным параметром: *осуждение* предполагает морально-этическую оценку деяния (субъектом оценки является говорящий), в то время как *обвинение* предполагает правовую оценку, поскольку здесь нарушены зафиксированные обществом

нормы (оценка дается от имени общества).

Исходя из концепции М.М. Бахтина, в современной лингвистике предлагаются различные определения понятия «речевой жанр».

Часть ученых считает, что речевой жанр существует как самостоятельная часть дискурса, как законченный текст, имеющий грамматические, лексические, стилистические и структурно-композиционные особенности.

Так, М.Ю. Федосюк считает речевые жанры устойчивыми тематическими, композиционными и стилистическими типами высказываний, а текстов². Ученый считает, что термин «высказывание» отсекает от речевых жанров большую группу жанров, в реализации которых, участвуют двое и более говорящих.

Некоторые ученые связывают понятие жанра с понятием модели. М.М. Бахтин писал о жанре как об «особой модели высказывания». Развивая эту идею, В.Е. Гольдин и О.Н. Дубровская дают такое определение: «Жанр – это тип, форма, коммуникативная организация речевого действия и соответствующего речевого произведения либо представление, знание о типах, формах, коммуникативной организации речевых действий и соответствующих речевых произведений, но не сами эти действия и произведения»³.

Т.В. Шмелева считает, что модель высказывания существует в речевом сознании в «типовом проекте, каноне, схеме РЖ»⁴.

Многие ученые определяют жанр как устойчивую форму, которая обслуживает коммуникативные потребности носителей языка и соотносится с типичной ситуацией речевого общения: «речевой жанр – это форма, которая заполняется языковыми средствами и реализуется в речи, наделяя коммуникацию системностью»⁵.

² Федосюк М.Ю. Нерешенные вопросы теории речевых жанров // Вопросы языкознания. 1997. № 5. С. 104.

³ Гольдин В.Е., Дубровская О.Н. Жанровая организация речи в аспекте социальных взаимодействий // Жанры речи. Саратов: Колледж, 2002. Вып. 3. С. 6.

⁴ Шмелева Т.В. Модель речевого жанра // Жанры речи. Саратов: Колледж, 1997, С. 91.

⁵ Дементьев В.В. Непрямая коммуникация и ее жанры. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2000. С. 235.

¹ Дубровская Т.В., Кормилицына М.А. Некоторые прагматические характеристики речевых жанров «осуждение» и «обвинение» // Жанры речи. Саратов: Колледж, 2002. Вып. 3. С. 273.

Психолингвистический подход к жанрам речи позволяет рассмотреть жанр речи как «сценарий, фрейм, который присутствует в сознании языковой личности как руководство в ее речевом поведении и который является собой одобряемую обществом систему норм такого поведения в данной конкретной ситуации социального взаимодействия»¹.

Нам близка позиция ученых, понимающих жанр как модель высказывания, которая имеет определенные жанрообразующие признаки и является результатом речевого действия.

Мы считаем, что только риторическая концепция помогает создать схему (модель) жанра, с помощью которой может быть непротиворечиво описан любой жанровый феномен (не только собственно жанр – как речевой, так и риторический, – но и речевое событие).

И такая риторическая по своей сути схема (модель) жанра была предложена еще М.М. Бахтиным. Она такова: наличие автора (адресанта); наличие адресата; задача, определенная композиция, обслуживание определенной сферы человеческой деятельности.

Автор (адресант) создает **замысел**, который всегда связан с ситуацией общения, ее участниками и предшествующими высказываниями. Замысел определяет предмет речи, помогает выбрать жанровую форму в соответствии со спецификой сферы речевого общения.

Следующий параметр жанра – **адресат**, то, «как ощущает и представляет его себе говорящий или пишущий»². Фактор адресата определяет выбор жанра, композицию, стиль высказывания. «Учет адресата и предвосхищение его ответной реакции часто бывают многосторонними, вносящими своеобразный внутренний драматизм в высказывание»³.

Важнейшим параметром, определяющим специфику жанра, является **задача**. Именно реализуя задачу речи, говорящий создает высказывание в определенном жан-

ре. По этому признаку сначала все жанры делятся по родам речи: информационные, эпидейктические, убеждающие, призывающие к действию. Далее цель может быть сформулирована по отношению к группам жанров, близким по смыслу: сообщение переработанной (вторичной) информации, добытой из других источников (*обзор, резюме, анализ*), выражение несогласия с оппонентом (*возражение, опровержение, протест*) и т.д. И, наконец, каждый жанр имеет свою определенную задачу, наличие которой в первую очередь и помогает различать близкие по значению жанры.

Так, задача *возражения* – указание на несогласие с отдельными словами или действиями оппонента, а также на слабые стороны его позиции; задача *опровержения* – доказательство концептуальной неверности (неправдоподобия) тезиса оппонента; задача *критики* – обнаружить и способствовать исправлению недостатков в процессе общественно значимого деяния.

Еще одним значимым компонентом, определяющим особенности жанра, является его **композиция**. Каждый жанр имеет типичный, присущий только ему набор микротем, который и определяет отличие одного жанра от другого. Так, *предложение* должно содержать проблему, механизм ее разрешения и описание преимуществ использования именно этого пути; *обвинительная речь* должна содержать описание события преступления, анализ обстоятельств дела, юридическую квалификацию преступления, характеристику личности подсудимого, нравственную оценку, указание оратора на то, какой приговор он считает справедливым и т.п.

Таким образом, схема (модель) жанра формируется риторическими параметрами: адресант, замысел, адресат, задача, определенная композиция, отнесенность к определенной сфере деятельности.

Для стилистики текст – результат речи, обычно зафиксированный в письменной форме. Для риторики текст – процесс, в котором важны не только непосредственно языковые явления, но также и экстралингвистические: мотивы, характеристики участников общения и обстоятельства и т.п.

Главное различие между стилистиче-

¹ Седов К.Ф., Горелов И.Н. Основы психолингвистики. М.: Лабиринт, 1998. С. 146.

² Бахтин М.М. Проблема речевых жанров // Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1979. С. 279.

³ Бахтин М.М. Проблема речевых жанров // Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1979. С. 276-277.

ским и риторическим подходами к описанию жанра состоит в том, что при стилистическом подходе анализируется результат общения (это констатирующий подход); а при риторическом подходе производится строгий отбор и иерархизация всех компонентов общения в соответствии с их ролью в достижении запланированного результата (это телеологический подход). Отсюда следует, что риторический подход позволяет проследить процедуру творения жанра оратором, соответствие текста заданным параметрам жанра, эффективность общения ора-

тора с аудиторией. Стилистический подход позволяет оценить только некий готовый текст с точки зрения его соответствия определенному функциональному стилю, но не может помочь определить черты того или иного жанра.

Как уже отмечалось, для М.М. Бахтина речевой жанр – это особая модель высказывания, поэтому перспектива исследования состоит в исчислении моделей и изучении их воплощения в различных речевых ситуациях.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Анисимова, Т.В., Гимпельсон, Е.Г. Современная деловая риторика: учебное пособие. - 2-е изд., стер. - М.: Изд-во Моск. психолого-соц. ин-та; Воронеж: МОДЭК, 2004. - 430 с.
2. Анисимова, Т.В. Стилистика и риторика об оценке самостоятельности речевых жанров // Вестник Волгоградского гос. ун-та. Сер. 2. Языкознание. - 2012. - № 1 (15). - С. 246–249.
3. Бахтин, М.М. Проблема речевых жанров // Эстетика словесного творчества. - М.: Искусство, 1979. - С. 237 – 280.
4. Виноградов, В.В. Избранные труды. О языке художественной прозы. - М., 1980. - 360 с.
5. Гольдин, В.Е., Дубровская, О.Н. Жанровая организация речи в аспекте социальных взаимодействий // Жанры речи. - Саратов: Колледж, 2002. Вып. 3. - С. 5 – 17.
6. Дементьев, В.В. Непрямая коммуникация и ее жанры. - Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2000. - 248 с.
7. Дементьев, В.В. Коммуникативная генристика: речевые жанры как средство формализации социального взаимодействия / В.В. Дементьев // Жанры речи. - Саратов: Колледж, 2002. Вып. 3. - 318 с. - С. 18 – 40.
8. Дементьев, В.В. Теория речевых жанров. - М.: Знак, 2010. - 600 с.
9. Дементьев, В.В. Теория речевых жанров и актуальные процессы современной речи // Вопросы языкознания. - 2015. - №6. - С. 78 – 107.
10. Дубровская, Т.В., Кормилицына, М.А. Некоторые прагматические характеристики речевых жанров «осуждение» и «обвинение» // Жанры речи. - Саратов: Колледж, 2002. Вып. 3. - 318 с. - С. 272–282.
11. Салимовский, В.А. Жанры речи в функционально-стилистическом освещении (русский научный академический текст): дис... доктора филол. наук. - Екатеринбург, 2002. - 342 с.
12. Салимовский, В.А. Есть ли у жанроведения границы в пределах коммуникативной лингвистики? / В.А. Салимовский // Жанры речи. - Саратов: Колледж, 2002. Вып. 3. - С. 52 – 62.
13. Седов, К.Ф., Горелов, И.Н. Основы психолингвистики. - М.: Лабиринт, 1998. - С. 145 – 154.
14. Федосюк, М.Ю. Нерешенные вопросы теории речевых жанров // Вопросы языкознания. - 1997. - № 5. - С. 102-120.
15. Шмелева, Т.В. Модель речевого жанра // Жанры речи. - Саратов: Колледж, 1997. Вып. 1. - С. 88 – 99.
16. Murphy, J.M. Mikhail Bakhtin and the Rhetorical Tradition // Quarterly Journal of Speech, Aug 2001, Vol.87. Issue 3, p. 259, 19 p.
17. Paton, F. Beyond Bakhtin: Towards a Cultural Stylistics // College English. Nov 2000, Vol.63. Issue 2, p.166, 28 p.

УДК: 070

ББК: 76.0

Вихорева Л.Г.

**ИСТОРИЯ И КУЛЬТУРОЛОГИЯ В ИНФОРМАЦИОННОМ
ПОЛЕ ТРЭВЕЛ-ЖУРНАЛИСТИКИ: НА ПРИМЕРЕ СМИ РОССИИ И МАЛЬТЫ**

Vikhoreva L.G.

**HISTORY AND CULTURAL STUDIES IN THE INFORMATION FIELD OF TRAVEL
JOURNALISM: AN EXAMPLE FROM THE MEDIA OF RUSSIA AND MALTA**

Ключевые слова: коммуникация, культура, интеллектуализация, медиасфера, межкультурные связи, медиа- приложения, онлайн-сервисы, концепция Интернет-трэвелюга, рекреативная журналистика, путешествия.

Keywords: communication, culture, intellectualization, mediasphere, intercultural relations, media applications, online services, the concept of Web magazine about travelling, recreative journalism, tourism.

Аннотация: трэвел-журналистика находится на пороге перехода к новому этапу развития, когда журналистам и аудитории предоставляется обширная площадка для межкультурного диалога. Формируется единая мультимедийная среда, в которой циркулируют потоки медиаконтента вне зависимости от географических позиций стран, осуществляющих обмен познавательной и рекреативной информацией. Мобильные онлайн-приложения способствуют этому процессу; они повторяют особенности традиционного Интернета и приобретают новых пользователей. Главная особенность туристических онлайн-сервисов – читатель может загрузить приложение и ознакомиться с необходимой информацией в любой точке в любое время. Широкий выбор тематических новостных лент, бесед и чатов, аудиовизуальных материалов, подборка качественных репортажей о культуре и событиях зарубежных стран помогают пользователю легко сориентироваться в потоке информации и найти и сохранить подборки интересующих медиаресурсов межкультурных связей. Материалы онлайн-приложений не занимают много памяти в мобильных девайсах и могут воспроизводиться многократно без доступа к сети Интернет.

Abstract: travel journalism is on the verge of transition to a new stage of development, when journalists and the audience are given an extensive platform for intercultural dialogue. A uniform multimedia environment is formed in which media content flows circulate, regardless of the geographic position of countries that exchange cognitive and recreational information. Mobile online applications contribute to this process; they repeat the features of the traditional Internet and acquire new users. The main feature of online travel services is that the reader can download the application and get acquainted with the necessary information at any point at any time. A wide choice of thematic news tapes, conversations and chats, audiovisual materials, a selection of quality reports about the culture and events of foreign countries help the user to easily navigate the flow of information and find and save collections of interesting media resources of intercultural relations. The materials of online applications do not take up much memory in mobile devices and can be played repeatedly without access to the Internet.

Новый этап исследования российско-мальтийских отношений, которым уделяется не так много внимания в нашем медиапространстве, открывает историю взаимного обогащения двух пересекающихся куль-

тур от истоков до наших дней.

По мнению М. Бахтина, при диалогической встрече двух культур они не сливаются и не смешиваются, каждая сохраняет свое единство и открытую целостность, но

они взаимно обогащаются¹. Это является важным фактором, определяющим характер взаимодействия в духовной сфере, в процессе обмена этнокультурной, социальной и другой информацией.

На фоне глобализации, развития межкультурных коммуникаций и возникающих в процессе ведения кросс-культурного диалога трудностей, медиапространство трэвел-журналистики постепенно начинает содействовать российско-мальтийскому культурному обмену, совместному участию представителей этих стран в воспитательных, эстетических, научных и трэвел-проектах, которые направлены на преобразование дружеских отношений государств.

В ходе информационного обмена между представителями двух культур особую роль играет трэвел-журналистика, которая предоставляет площадку для обсуждения истории, искусства, туристических и деловых визитов, международных конференций.

Трэвел-журналистика вносит вклад в укрепление диалога и взаимопонимания – неотъемлемого условия для процветания народов и дружественных отношений. Новые медиа позволяют туристам выбирать не только культурную, но и развлекательную, спортивную, обучающую программы для ознакомления. Чтобы избежать стандартных трэвел-маршрутов, совместные проекты России и Мальты предлагают воспользоваться новыми способами открыть неизведанные города и достопримечательности стран.

Первое упоминание о русском человеке на Мальте было найдено Джованни Бонелло, рыцарем Суверенного военного Мальтийского ордена, крупнейшим специалистом по истории и истории искусства в Европе. В документе, который датируется 1543 г., сказано: «fuit expedita alia patente pro Joanne de Rusia (sic) fugitive de Tajora»² (еще одно охранное свидетельство было выдано Ивану из России, беженцу из Таджоры). Этот беглый русский был захвачен турками

и содержался в рабстве в Таджоре, укрепленном городе, примерно в 15 километрах к востоку от Триполи. Великий магистр (1536-1553) выдал ему охранное свидетельство для возвращения на родину.

В 1645 г. некий русский Андрей («Andrea russo»), приговоренный к каторжным работам гребцом на галерах Ордена, подал прошение об освобождении. Великий магистр удовлетворил его просьбу на основании того, что по состоянию здоровья он стал непригодным для работы.

В эпической морской битве в проливе Дарданеллы 26 июня 1656 г. между турецкой флотилией и объединенной флотилией Венеции и Мальтийского ордена было освобождено 7000 рабов, 2250 из которых укрылись на Мальте. Из числа прибывших на остров 119 зарегистрированы как москвиты, а 1046 как русские.

Исторически сложились формы организации диалога России и Мальты, когда император Павел I принял Мальтийский орден на территории России, поскольку его члены искали протекции, ожидая захвата острова Наполеоном. В конце XVIII века Павел был избран Великим магистром. Император решил объединить орден Святого Иоанна Иерусалимского и Мальтийский орден.

Военный историк Юрий Веремеев писал: «Император Павел очень благоволил к мальтийцам»³. Вступление русских дворян в Мальтийский орден всячески поощрялось.

Вереница исторических исследований раскрывает российско-мальтийские отношения: с рукописями, взятыми из Национальной библиотеки Мальты, которые относятся к контактам между Павлом I и Мальтийским орденом теперь можно ознакомиться всем заинтересованным туристам, а также посмотреть на портрет Екатерины Великой, написанный неизвестным мальтийским художником, поучаствовать в оформлении Русского культурного центра в Валетте онлайн, обсудить перспективы обмена выставками с Музеем изящных искусств Мальты. Сейчас новые медиа помогают охватить обширные и значительно удален-

¹ Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. – М.: Искусство, 1979. – 424 с.

² Золина Е.С. Мальта и Россия: Путешествие через века. Исторические открытия в российско-мальтийских отношениях. – М.: ЦГО, 2005. – С. 3.

³ Баскина А.Л. Мальта и мальтийцы. О чем молчат путеводители. – М.: РИПОЛ классик, 2013. – С. 163.

ные друг от друга географические объекты и преобразовать принцип передачи исторической, просветительской информации.

В начале XVII века один из великих магистров ордена Алоф де Виньякорт приказал построить каменный акведук, чтобы снабжать столицу Мальты – Валетту – питьевой водой¹. В устройстве мальтийского акведука принимал участие один из наиболее замечательных архитекторов Трефил Шарутин, который строил первый русский напорный водовод (водопровод).

Мариус Зерафа, доктор теологических наук, член-корреспондент Королевского исторического общества (Лондон), один из основателей советско-мальтийской дружбы описывает сотрудничество стран со времен Второй мировой войны. Отец ученого Джозеф Зерафа читал сыну о великих писателях и композиторах, танцорах и дирижерах, о других выдающихся деятелях искусства. В середине прошлого века интерес мальтийцев к нашему государству был велик: газеты и кинохроника превозносили героизм и выдержку русских людей, названия русских городов и имена военачальников вошли в повседневный обиход. Мальтийский государственный деятель, премьер-министр Мальты (1947-1950), дядя соучредителя общества советско-мальтийского общества дружбы (теперь русско-мальтийского) М. Зерафы, Пол Боффа улучшил систему образования с своей стране, ввел дисциплины, интересующие молодых студентов того времени. Среди нововведений особенно выделялись курсы русского языка и советской истории. Учащиеся школ и университета Мальты могли взять литературу о России, организовывались дешевые студенческие поездки в Москву.

Активным студентам, изучавшим культуру Советского Союза, приходилось считаться и с реалиями холодной войны, пропагандировать русскую культуру стало невозможным после Карибского кризиса. Мариус Зерафа вспоминает тайное собрание в отеле в Сент-Джордж Бэй, посвященное учреждению им Музея изящных искусств. Там проводились регулярные мероприятия

– представления русских танцоров, вернисажи, изучение нумизматических памятников культуры двух государств. Позднее содействие музею оказало советское правительство и в 1984 году Мариус Зерафа с группой культурологов и искусствоведов посетили Советский Союз. Был проведен День Мальты в московском Доме дружбы, выставка фотографий о Мальте и ряд мероприятий в столице Армении Ереване².

Создатели социальных сетей и медиасервисов привлекают к работе профессионалов, владеющих не только английским языком, но и другими, в том числе, русским и мальтийским. Онлайн аудиогиды в сочетании с тематическими прогулками (например, по местам Мальты, связанным с Екатериной Великой и рыцарями Мальтийского ордена) по популярным направлениям являются не только результатом деятельности историков и культурологов, но и людей других профессий. Блоги и приложения Spotted by locals в отличие от многих других подобных сервисов используют в работе с туристами советы и рекомендации местных жителей. Пул авторов еженедельно меняется, что помогает раскрыть различные точки зрения, создавая калейдоскопическую вереницу мнений и авторских исследований, художественных эссе и личных воспоминаний.

У каждого путешественника определенный бюджет, в рамках которого он может посещать музеи, пользоваться транспортом, бронировать апартаменты, покупать продукты, одежду и другие необходимые в путешествии предметы гардероба и быта. Существуют мобильные сервисы-приложения, которые помогут уточнить приблизительный бюджет на день в зависимости от посещаемых материков, стран, регионов и городов. Интересно то, что разработчики предлагают множество «онлайн-помощников»: Vudgy, который подсчитает, как поделить расходы, если путешественник не один, а с компанией, XE Currency – быстрый конвертер валют, Currax, который покажет на карте, где находятся банки с самым выгодным курсом. Преимущество сер-

¹ Куликов Н.И. Создание искусственных круговоротов пресной воды, воздуха и пищевых продуктов: на примере полуострова Крым и островного государства Мальта. – М.:ЛЕНАНД, 2017. – С. 92.

² Золина Е.С. Мальта и Россия: Путешествие через века. Исторические открытия в российско-мальтийских отношениях. – С. 414.

висов в том, что они бесплатные и их функционирование не связано с наличием сети Интернет.

Доверие аудитории заслужили сервисы со сбалансированным контентом, в котором сочетаются несколько подходов к раскрытию сущности культурных связей между Россией и Мальтой: аксиологический, знаниевый и другие. Например, существуют сервисы, которые позволяют, путешествуя по Мальте, задавать вопросы и получать на них ответы в режиме реального времени. Информация структурирована по разделам и главам. Например, глава «Образование» есть на английском и русском языках. По запросам аудитории авторы дают ссылку на «исторический корень проблемы» преподавания основных дисциплин в школах и университетах Мальты, начиная с 1836 года по настоящее время. Туристам интересно, как получилось, что коренное население острова говорит на трех языках: мальтийском, английском и итальянском. Ссылка открывает страницу книги Брайна Блайта «The Story of Malta»¹. Историк напоминает о личности британского офицера и колониального губернатора Фредерика Понсонби, который был озабочен выделением материальных средств на постройку школ на Мальте в первой половине XIX века. Когда школы были построены, Джон и Сара Остин, члены комиссии по образованию в Великобритании (Мальта – колония Великобритании 1814-1964 гг.), стали обсуждать вопрос языка преподавания учебных дисциплин в начальных классах. Ситуация была сложная, поскольку в то время большинство мальтийцев говорило на мальтийском языке. Крупная итальянская община – на итальянском. Осложняло ситуацию и то, что алфавит мальтийского языка не был стандартизирован (учрежден только в 1934 г.) и соответственно не было никаких учебных пособий. Несмотря на множество препятствий, на Мальте была учреждена троичная система языков преподавания основных дисциплин – сочетание мальтийского, английского и итальянского. Спустя пять лет (1939) мальтийский язык был впервые зафиксирован в Конституции как официаль-

ный наряду с английским.

Контент формируется исходя из запросов пользовательской аудитории. Мультимедийные онлайн-сервисы Мальты Tarxien Temples, Order of Malta, Malta: Linking the Lines, Malta Travel Guide, Visit Malta, мультимедийные сервисы России IZI.TRAVEL, Путеводители «Афиши», TopTripTip Russia и международные социальные сети Questery, Meetup, Eatwith, Musement и Trips Airbnb призваны усовершенствовать диалог между культурами, наделяя блоги и репортажи редкими культурными и историческими фактами. Через Musement легко заказать экскурсии – от стандартной обзорной до очень оригинальных (посещение Palazzo Parisio с чаепитием и рассказами экскурсовода о таинственной истории дворца), а также билеты на спектакли Большого театра, театра Манюэль (Мальта), популярные шоу в выбранном городе. Создатели приложения делают удобные подборки вроде «Что посмотреть за 24 часа в Валетте», где сразу возможно приобрести билеты в музеи и проездные на общественный транспорт.

Трэвел-журналистика – это распространитель информации, содержащей потенциал межкультурной коммуникации России и Мальты и во всем мире. Изучение и выявление типологических признаков новых медиа по туристической тематике актуально и является необходимым условием решения проблем сохранения перспектив развития культурного обмена между странами. Значительный компонент медиапространства – взаимодействие этнических аудиторий с российскими средствами массовой информации. Таким образом, необходимо и представляется возможным детальное рассмотрение новых медиа, предоставляющих контент для путешественников и интересующихся изучением истории Мальты пользователей. В настоящее время новые медиа по туристической тематике выступают важным фактором оптимизации межкультурной коммуникации, гармонизации диалога между странами, совместного участия представителей разных национальностей в знаниевых, аксиологических, воспитательных, культууроформирующих и других процессах взаимодействия и сотрудни-

¹ Blouet B. The Story of Malta. Malta: Mriehel, 2017. – P. 156.

чества.

Культуроформирующая функция новых медиа особенно актуальна, поскольку недостаточная информированность о достижениях двух пересекающихся культур замедляет процесс взаимодействия этносов в области истории, международного права, журналистики и других общественно значимых сфер. Речь идет не только о новостных сообщениях для туристов, но и о расширенной информации, которая раскрывает особенности быта, традиций, возможно в рамках постоянно обновляющихся блогов, рубрик онлайн-сервисов. Важны публикации о различных видах современного туризма, как на Eatwith, где турист из России может получить приглашение в гости от мальтийца. Смысл в том, что пользователь приложения выбирает город, дату и бронирует вечер у понравившихся хозяев. Предлагаются кулинарные мастер-классы и сопровождение при посещении местного рынка. Другой вид успешной межкультурной коммуникации демонстрирует сервис Questery, ориентированный на молодую публику. Приложение работает следующим образом: выбор и загрузка на смартфон маршрута, затем отправление на первую обозначенную точку и начало ответов на заданные вопросы онлайн. Здесь предметы обсуждения – традиции, история, выдающиеся личности и памятные даты, фестивали и выставки, межнациональные культурные проекты. Некоторые сервисы позволяют выбрать гида. TripsAirbnb – еще одна альтернатива привычным туристическим маршрутам. Уроки иностранных языков, серфинга и верховой езды, мастер-классы по созданию необычных декоративных изделий, занятия танцами, плаванием и единоборствами. Спектр предлагаемых туристам услуг широк. За все виды деятельности отвечают местные жители; мальтийцы освоили приложение лучше, чем россияне, поэтому медиапространство Мальты предоставляет больше советов, рекомендаций и инициатив по созданию новых функций медиа-сервиса. По замыслу разработчиков, стоимость перечисленных мероприятий не должна превышать 150–200 долларов. Можно попробовать принять гостей, раскрыть особенности быта и традиций семьи или

подробнее рассказать о русской культуре в целом.

После регистрации на Meetup пользователю доступен ряд мероприятий в стране пребывания (например, игра в гольф, поход в библиотеку, ужин в ресторане). На встрече турист знакомится с организатором выбранного мероприятия и его компанией.

Взаимное обогащение двух культур заключается не только в возможности организовывать культурные мероприятия заранее и онлайн, но и в возможности участвовать в концертах, литературных вечерах, творческих встречах, выставках и других событиях. Центры науки и культуры функционируют как помощники в организации межэтнических коммуникаций. По мнению Н.Б. Кирилловой, исследователя культуры в современном медиапространстве, «межэтнические коммуникации» определяются как «общение между лицами, представляющими разные народы»¹. Исходя из формулировки понятия, можно установить, что любая форма общения между представителями разных этносов во всех сферах жизни, способствует формированию межэтнических отношений. Так, произведения художественного искусства мальтийского происхождения можно увидеть в Эрмитаже, Третьяковской галерее. «Внутренний вид церкви Святого Иоанна» работа Антуана де Фавре из Эрмитажа была представлена для выставки совета Европы на Мальте, в Верхней Барракке в Валетте. Мариусом Зерафа была напечатана ее черно-белая репродукция в журнале «Scientia», распространяющимся российским культурным центром.

Альберт Ганадо, всемирно признанный специалист по картографии Мальтийских островов и по различным аспектам мальтийской истории и культуры сохранил рукопись, переданного ему по наследству неопубликованного стихотворения, написанного в 1814 г. студентом факультета богословия на Мальте Людовиком Мифсуд Томмаси в честь российского императора Александра I.

В балетном и театральном искусстве

¹ Кириллова Н.Б. Многообразие культур в глобальном медиапространстве // Известия Уральского государственного университета. 2006. – № 47. – С. 59–68.

не менее ценны связи России и Мальты. Во время революции княгиня Ольга Путятина привила мальтийцам классический балет. Целые балетные труппы с начала 20-х годов периодически прибывали на Мальту, чтобы выступать перед семьей Путятиных, а затем и перед мальтийцами. Ведущий скульптор Джордж Бордж изваял бюст княгини, который по сей день украшает Музей изящных искусств в Валетте.

Крепкие политические связи, сложившиеся исторически, тоже внесли вклад в духовное сближение двух государств. Культурная встреча профессора Мариуса Зерафы и государственного деятеля Эдварда Фенека Адами с Ириной Горбачевой была организована в Валетте и началась с посещения кафедрального собора Святого Иоанна. Успешное межнациональное взаимодействие во многом объясняется общими культурными и религиозными ценностями. Мальта и Россия – страны, в которых почитаются христианские традиции. Сильное государство, по мнению президента республики Мари-Луизы Колейро-Прека, – это государство, которое опирается на церковные каноны. Ежегодно правительство островного государства в канун Рождества Христова поздравляет с праздником русскую общину Мальты. В будущем году Мальта объявлена культурной столицей Европейского союза. Грядущим значительным событием является 50-летие установления дипломатических отношений между Мальтой и СССР. Некоторые трэвел-сервисы уже обозначают на картах новую достопримечательность острова: подарок Российской Федерации в честь памятной даты - памятник «Ангел-хранитель мира на Мальте». Spotted by locals отмечает место города Та Шбиш и место памятника-стелы и описывает историю постройки и информацию о персоналиях.

Плодотворное межнациональное взаимодействие в информационной сфере, в условиях единого медиaprостранства, будет зависеть от следования новых медиа-сервисов принципам толерантности. Это понятие очень важно для благоприятного обмена информацией в любой сфере человеческой деятельности, поскольку влияние новых медиа на характер межнационально-

го диалога возрастает. Растет и численность аудитории, использующей новые медиа как основной источник получения познавательной информации во время путешествий за рубеж. Таким образом, предоставляя читателям и зрителям новые сведения о культурных, научных и других событиях, медиа должны укреплять взаимопонимание и сотрудничество между народами, поддерживающими активный диалог и выступающими за сохранение духовного наследия двух дружественных стран в меняющихся условиях современности.

Активно выступающие за объединение в культурной и иных сферах Мальты и России медиа-сервисы отмечают большой интерес на Мальте к российской культуре не только в истории, но и в современности. Роль русского языка подчеркивается *iZi travel* и *it's your choice Malta&Gozo*, которые освещают деятельность официальных мероприятий, способствующих укреплению отношений стран и публикуют материалы выступлений первых лиц государств. В культурных центрах Валетты проводятся недели русского языка. В фестивалях принимают участие студенты и школьники, историки, архитекторы, государственные деятели.

Гармонизация межнационального диалога с помощью новейших технологий содействует становлению онлайн-сервисов туристической направленности как достоверных источников получения аксиологической и знаниевой информации. При формировании положительных межэтнических установок важная роль отводится именно онлайн-приложениям, поскольку число пользователей смартфонов и планшетов возрастает. Читатель обращается к онлайн-сервису для удовлетворения своего интереса в сфере туризма и для приобретения новых знаний о культуре посещаемых стран. Наряду с новыми медиа, одним из наиболее объективных способов получения информации в сфере культуры и получения навыков в области кросс-культурной коммуникации является стремление человека к изучению научной литературы: статей, учебных пособий, монографий, которые, в свою очередь, в современных условиях, могут быть частью новых медиа.

Адаптируя медиакартину мира к

быстрому темпу развития условий жизни современного общества, к обновляющимся результатам в духовной сфере: в культуре, искусстве, науке и образовании, нужно помнить также о потребностях аудитории в получении определенных знаний в перечисленных областях.

Духовные традиции России и Мальты базируются на исторически сложившемся многоплановом сотрудничестве государств. Эффективная поддержка культурных и иных мероприятий, проводимых на государственном уровне – это важнейший вклад в историю, литературу, науку, образование, искусство. Говоря об образовании, стоит упомянуть медиа-сервисы, которые предоставляют информацию о студенческом обмене между Санкт-Петербургским университетом и Мальтийским университетом, который осуществляется с 2003 года¹. Приложение газеты «Коммерсантъ» информирует пользователей о сотрудничестве двух вузов и истории зарождения дружбы и взаимопомощи государств. Сведения о награждении Валентины Матвиенко Орденом Заслуг (Мальта) и присвоении государственному деятелю Гвидо де Марко степени почетного доктора Санкт-Петербургского университета дополняют современную картину отношений России и Мальты. Продолжением сотрудничества между двумя государствами является возрождение Мальтийской капеллы в Воронцовском дворце.

Проведение выставок, организованных Российским центром науки и культуры в Валетте и Мальтийским управлением по туризму в Москве, – еще одна добрая традиция, которая освещается в медиaprостранстве России и выполняет роль «посредника» в дальнейшем развитии многопланового сотрудничества. Приложение газеты «Коммерсантъ» также неоднократно сообщало пользователям о фотовыставках, посвященных истории Государственной Думы, Ордену Иоаннитов (госпитальеров), о передаче реликвария в Храм Христа Спасителя – десницы Иоанна Предтечи и частицы Животворящего Креста Господня, переданных Павлу I Мальтийским орденом.

¹ Золина Е.С. Мальта и Россия: Путешествие через века. Исторические открытия в российско-мальтийских отношениях. – С. 426-437.

Одним из положительных факторов информационного воздействия российских медиа и медиа Мальты является тенденция к адаптации контента в зависимости от места распространения информации. Например, приложение Malta WS, в большей части содержит материалы, наиболее интересные для мальтийского читателя, VisitMalta – для российских пользователей, а сервис Malta Info может быть полезен всем, кто собирается культурно провести время на Мальте.

Деятельность медиа по сохранению и развитию исторических и культурных связей двух стран позволяет возродить традиции поддержки и взаимопомощи. Так, благодаря усилиям Гвидо де Марко в статусе министра иностранных дел Мальты этот остров стал третьим государством, признавшим Россию в качестве преемника СССР, о чем неоднократно вспоминают СМИ России и СМИ Мальты.

Применение в школах Мальты международных образовательных стандартов на русском языке сделало возможным осуществление качественной подготовки к экзаменам TOEFL и IELTS русскоговорящих учащихся старших классов и студентов, школьников и бакалавров из разных стран, являющихся носителями языка или проходивших обучение на русском языке. Школа-пансион Malta Crown в Марсаскале объединила российскую государственную программу образования и программу обучения английскому языку, разработанную подразделением Кембриджского Университета Cambridge English Language Assessment. Кроме соотечественников, в школе Malta Crown проходят обучения мальтийцы, немцы, англичане, итальянцы – дети, получившие базовые знания на русском языке и планирующие продолжать развивать их.

Для приумножения традиций своей национальной культуры существует необходимость в популяризации элементов собственной культуры путем создания и публикации материалов, связанных с устным народным творчеством, фильмами, теле- и радиопередачами и др., традиционными и значимыми для этого народа.

Мальтийский художественный фильм «A Gozitan Tale» - одно из известных кино-

произведений 20 века находит отражение в современном медиапространстве России; драматический фильм «Simshar» 21 века, участие в котором приняли не только профессиональные актеры, но и звезда футбола, открывают зрителю историю и современность мальтийского архипелага, показывают ментальность мальтийского народа. Российский фильм, являющийся национальным достоянием и картиной 20 века «Москва слезам не верит», фильм 21 века «Белый тигр» режиссера Карена Шахназарова, удостоенный множества международных наград, показывают русских людей сильными, надежными и целеустремленными. Российский центр науки и культуры в Валетте приглашает заинтересованных Россией и нашей культурой к просмотру художественных и документальных фильмов не только постоянных посетителей центра, среди которых отмечены государственные деятели Мальты Кармело Абела, Мари-Луиза Колейро-Прека, но и новых гостей.

С социально-культурной сферой связана духовная сфера: литература, средства массовой информации и др. Результатом духовной деятельности являются литературные памятники, такие, как прозаические произведения Оливера Фриджери или поэзия Валерия Брюсова; они пользуются популярностью в современном медиапространстве. Литературные произведения писателей прошлых веков содержат элементы этнической культуры, поэтому они не просто находят отклик в сердцах представителей нации, но и полезны для изучения и обмена опытом, для кросс-культурного диалога.

Социокультурная деятельность трэвел-журналистики предполагает создание и реализацию различных культурных программ. Это не только показ фильмов и чтение литературы, участие в выставках и изучение новой культуры, но и приобретение опыта межкультурного общения, особенно у молодого поколения, так как вузы двух стран принимают студентов разных национальностей, и студентам всегда необходимо поддерживать диалог.

Функция традиционных и новых медиа уделять достаточно времени на освещение жизни и проблем разных национально-

стей, обучающихся в одном вузе и проживающих в одной стране. Гармоничным продолжением можно считать привлечение профессиональных журналистов и просто заинтересованных студентов к информационному сотрудничеству. Для полноценной межкультурной коммуникации следует предоставить информационные площадки, через которые и будет осуществляться успешный диалог. Именно в ходе диалога его участники проявляют специфические черты, присущие определенному этносу. Объединяющим фактором такой коммуникации будут служить общечеловеческие культурные взгляды и ценности.

Существует несколько причин необходимости налаживания межкультурного обмена – обогащение новыми информационно-знаниевыми ресурсами участников диалога, а также помощь в решении глобальных проблем всего человечества посредством длительной и эффективной кросс-культурной коммуникации.

Культура, в широком смысле, является связующим элементом всех народов мира, поэтому ее изучение актуально, и актуальность ее познания возрастает на фоне глобализации. Одним из признаков успешного культурного взаимодействия является усвоение культурных элементов одного этноса представителями другого народа. Так, уже некоторое время в стиле женской одежды разных стран встречается элемент японской национальной одежды – шелковое кимоно. Такого рода кросс-культурное взаимодействие является положительным результатом деятельности новых медиа.

Средства массовой информации являются основным механизмом, который распространяет социокультурные материалы. Интернет-сервис Maltavest и одноименное приложение сообщают о новых совместных культурных проектах России и Мальты. Например, 22 июня 2017 года в исторической столице Мальты Мдине, прошел Европейский Семейный бал. Организаторов вдохновила традиция детских дворянских балов, которые проводились в России в XIX веке. При поддержке английского культурно-познавательного портала The Culture Trip в завершение бала прошел показ мальтийского дома моды Nilara и состоялась пре-

зентация коллекции аксессуаров с национальной символикой. Представители России на празднике, в свою очередь, организовали мастер-класс исторического танца. В рамках мероприятия состоялся благотворительный аукцион, средства от которого были переданы в мальтийский Дом малютки.

О важности освещения журналистами в достаточной мере культурной многогранности двух дружественных государств России и Мальты заботятся и организаторы международного фольклорного фестиваля «Народные мотивы», который проводится в Валетте с 2016 года. Гостями события становятся исполнители из разных уголков мира. С помощью танцев и песен они показывают зрителям многообразие фольклорных элементов, присущих творчеству родных стран и рассказывают о культурных традициях. В основе мероприятия заложены принципы мира, добрососедства, толерантности, дружбы и согласия между народами, воспитания патриотических чувств. Участники фестиваля не только исполняют песни, играют на музыкальных инструментах, но и демонстрируют продукты народного промысла, костюмы, делятся секретами успеха по популяризации и сохранению национальной культуры в своих странах и регионах. Журналисты из Европы, США, России, Китая и Японии прибывают на фольклорное

мероприятие поддержать участников от своих стран и познакомиться с иностранной культурой, чтобы сделать репортажи, взять интервью или написать лонгриды о деятельности певцов, танцоров, художников, ремесленников, которые принимают участие в этом крупномасштабном культурном празднике.

Одной из главных функций трэвел-журналистики является формирование в сознании людей разных национальностей системы взглядов, основанных на уважении к культуре друг друга, то есть формирование ценностей, которые предполагают гармонию существования и коммуникации разных этносов, их успешного и результативного диалога. На примере России и Мальты можно убедиться в правильном освещении материалов, связанных с историей и культурой двух государств, в достоверном описании положительного опыта межэтнического взаимодействия. Медиапространство России информирует о культурном многообразии событий, о создании национальных объединений, которые популяризируют культуру и науку, об организациях, которые раскрывают особенности традиций, обычаев разных этносов в рамках постоянных рубрик в медиа-сервисах, на культурно-информационных сайтах и в телевизионных передачах.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Антошевский, И.К. Державный Орден Святого Иоанна Иерусалимского, именуемый Мальтийским в России: Орден Мартинистов / И.К. Антошевский. – М.: ГПИБ, 2001. – 116 с.
2. Баскина, А.Л. Мальта и мальтийцы. О чем молчат путеводители / А.Л. Баскина. – М.: РИПОЛ классик, 2013. – 224 с.
3. Бахтин, М.М. Эстетика словесного творчества / М.М. Бахтин. – М.: Искусство, 1979. – 424 с.
4. Дзялошинский, И.М. Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов / И.М. Дзялошинский. – М.: АПК и ППРО, 2013. – 479 с.
5. Дзялошинский, И.М. Медиапространство России: экологический аспект // Вопросы теории и практики журналистики, 2013. – № 3. – С. 64-80.
6. Дуров, В.А. Ордена России / В.А. Дуров. – М.: Воскресенье, 1993. – 160 с.
7. Золина, Е.С. Мальта и Россия: Путешествие через века. Исторические открытия в российско-мальтийских отношениях / Е.С. Золина. – М.: ЦГО, 2005. – 458 с.
8. Камиллери, Д.С. Мальтийский фольклор: традиции и наследие / Д.С. Камиллери. – Таршин, 2015. – 223 с.
9. Капланов, Р.М. Мальтийцы: народ на перекрестке культур // Расы и народы. Современные этнические и расовые проблемы. Вып. 17. – М., 1987. – С. 189–203.
10. Кудрявцев, Б.В. Мальта. Британский флаг спущен / Б.В. Кудрявцев. – М.: Наука, 1983. – 167 с.

11. Куликов, Н.И. Создание искусственных круговоротов пресной воды, воздуха и пищевых продуктов: на примере полуострова Крым и островного государства Мальта / Н.И. Куликов. – М.: ЛЕНАНД, 2017. – 192 с.
12. Лейкинд, О.Л. Художники русской эмиграции 1917-1941: Биографический словарь. Сер.: Справочники по русскому искусству. - СПб.: Изд-во Чернышева, 1994. – 588 с.
13. Печникова, Р.Ю. Мальтийский орден в прошлом и настоящем / Р.Ю. Печникова. – М.: Наука, 1990. – 35 с.
14. Сергеев, В.И. Павел I (Гроссмейстер Мальтийского ордена) / В.И. Сергеев. – Ростов н/Д.: Феникс, 1999. – 512 с.
15. Симакова, С.И. Инфографика: визуализация цифрового контента // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. – 2012. – № 3 (10). – С. 219 – 226.
16. Смирнова О.В., Шкондин М.В. Журналистика в социальном пространстве: слагаемые публичности // Социально-гуманитарные знания. - 2017. – № 4. – С. 72-88.
17. Шкондин, М.В. Журналистика как фактор освоения мира социумом // Социально-гуманитарные знания. - 2013. – № 4. – С. 62-73.
18. Шкондин, М.В. Медиасистема как фактор интеллектуализации общества: структурно-функциональные аспекты // Социально-гуманитарные знания. - 2017. – № 8. – С. 96-113.
19. Шкондин, М.В. Медиасистема как фактор репрезентации публичности в процессах освоения мира социумом // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. Филологические науки. - 2017. – Т. 1. № 2 (23).
20. Шкондин, М.В. Система средств массовой информации как фактор общественного диалога. - М.: Пульс, 2002. – 120 с.
21. Abela A. When the Russian Empress fled to Malta // The Sunday Times (Malta), 17.12.1989. – P. 7.
22. Abela A., Zammit W. Guide to the National Library of Malta. Malta, 2000. – 252 p.
23. Blouet B. The Story of Malta. Malta: Mriehel, 2017. – 303 p.
24. Borg M., Zerafa L.A Directory of Libraries Information Units and Archives in Malta. Malta: MaLIA, 2013. – 242 p.

УДК: 070

ББК: 72

Губанова М.И.

**СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ИЗДАНИЯ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ
ЦИФРОВОЙ КУЛЬТУРЫ ЖУРНАЛИСТА (итоги пилотного проекта)**

Gubanova M.I.

**SPECIALIZED EDITIONS AS FACTOR OF FORMATION OF DIGITAL CULTURE
OF THE JOURNALIST (results of the pilot project)**

Ключевые слова: журналистика, средства массовой информации, информационно-коммуникативная сфера, специализированные издания, цифровизация, журналистское сообщество, компетенции, цифровая культура.

Keywords: journalism, mass media, information and communicative sphere, specialized editions, digitalization, journalistic community, competences, digital culture.

Аннотация: в данной статье прежде всего вводятся такие основные понятия, как образованность, компетентность, культура и цифровая культура как ее проявление в мире цифрового или информационного общества и менталитет. Также рассматриваются современные специализированные издания как фактор формирования цифровой культуры журналиста. Этот сегмент представлен «Журналистом» и «Новостями СМИ», как наиболее востребованными профессиональным сообществом. Автор пытался определить, какую роль они играют в формировании цифровой культуры. В статье также представлены некоторые результаты опроса представителей журналистского сообщества и студенческой аудитории, который был параллельно проведен в рамках данного пилотного проекта.

Abstract: in this article, first of all, such basic concepts as education, competence, mentality, culture and digital culture as her manifestation in the world of digital and information society were entered. Modern specialized editions as a factor of formation of journalist digital culture are also considered in the article. This segment is presented by the «Zhurnalist» and «Novosti SMI» magazines as the most demanded by professional community. The author has made attempt to define what role they play in formation of digital culture. Some results of poll of representatives of journalistic community and student's audience are also presented in article. Survey has been conducted in parallel within this pilot project.

Сегодня с полным основанием можно говорить о том, что журналистика в своем проявлении стала сферой цифровой деятельности. Как отмечает профессор Е.Я. Дугин, «внедрение информационных технологий, прежде всего повсеместное распространение компьютеров и переход к «антропо-информационно-технологическим» сетям, способствовало перестройке способ организации информационно-коммуникативных систем»¹.

Соответственно, сам журналист, от которого требуются помимо привычных

знаний, умений и навыков еще и иные компетенции владения новыми технологиями на всех стадиях производства информационного продукта, становится непосредственно носителем цифровой культуры. Это также обусловлено и тем, что, по мнению специалистов, «современные массмедиа учатся производить не только информационные сообщения, но и сообщения-коммуникации как таковые»².

В этой ситуации вполне закономерно возникает ряд вопросов. Так, каким образом формируется эта весьма специфическая

¹ Дугин Е.Я. Методология исследования информационно-коммуникативных медиасистем и журналистики. – М.: Академия медиаиндустрии, 2017.

² Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика: учеб. пособие для студентов вузов / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – С. 232.

культура? Кто способствует ее формированию? Также важно понять, какую роль в этом процессе играют специализированные издания, которые по своему долгу службы должны помогать журналисту идти в ногу со временем, соответствовать его вызовам.

Для того, чтобы ответить на поставленные вопросы, нами было проведено пилотное исследование, которое предполагало несколько этапов работы. Оно включало в себя анализ сегмента специализированных журналистских изданий и изучения их типологии. Параллельно был проведен опрос журналистского сообщества, представители которого создают информационные продукты, и студенческой молодежи, которая обучается на факультетах и отделениях журналистики в ряде вузов страны. Именно они являются основной аудиторией этих изданий. По совокупности это и формирует те предпосылки, которые определяют состояние цифровой культуры каждого отдельного журналиста и всего профессионального сообщества, а также его пополнения в целом на данный момент.

Но прежде, чем представим результаты данного исследования, необходимо определить такие основные понятия, как образованность, компетентность, культура и цифровая культура как ее проявление в мире цифрового или информационного общества и менталитет.

В рамках данной статьи остановимся лишь кратко на основных понятиях в этой цепочке в общепринятой интерпретации, тем более, что они в определенной степени взаимосвязаны между собой. Когда же мы говорим об информационно-коммуникативном пространстве, то исходим прежде всего из работ М. Маклюэна. Он утверждал, что для того, чтобы быть образованным, необходимо быть образованным в мире медиа. Ученый писал: «Этот факт всего лишь подчеркивает, что «средство коммуникации есть сообщение», так как именно средство коммуникации определяет и контролирует масштабы и форму человеческой ассоциации и человеческого действия»¹, т.е., другими словами, уровень его образованности.

В данном случае, как считает А.В. Доб-

¹ Маклюэн Г.М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. – М.: Кучково поле, 2011. – С. 11.

ровольский, «...высшая цель образованности — помочь увидеть четкую, правильную картину мира, озаренную светом знания. Понятие «образованный» означает культурный, воспитанный, умеющий себя вести человек»².

Образованность, когда человек демонстрирует свои познания в разных областях, соотносится с его компетентностью, предполагающей тот вид деятельности, который он избрал. Современный толковый словарь дает следующие значения компетентности: «компетентный – 1) значит, обладающий основательными знаниями; 2) хорошо осведомленный в какой-либо области; 3) основанный на знании дела, опыте»³.

В свою очередь современная электронная энциклопедия дает следующие определения компетенции: «1) психосоциальное качество, означающее силу и уверенность, исходящие от чувства собственной успешности и полезности, что дает человеку осознание своей способности эффективно взаимодействовать с окружением; 2) выраженная способность применять свои знания и умения; 3) способность человека справляться с решением разнообразных задач, как стандартных, так и нестандартных, как в пределах, так и на границах его компетенции или области ответственности»⁴.

Для нас в этих определениях особенно важно то, что компетентность характеризуется как совокупность определенных знаний, основанных на опыте, что соответствует уровню образования журналиста, уровню его культуры. Тогда как в словаре С.И. Ожегова культура определяется 1) как совокупность производственных, общественных и духовных достижений людей; 2) то же, что и культурность, то есть находящееся на высоком уровне культуры, соот-

² Цит. по: Калач Е.В. Медиаобразование в системе сотрудничества высшей и общеобразовательной школы // В сб.: Преемственность обучения в системе школа-вуз: формы и пути развития творческой активности учащихся: тезисы региональной научно-практической конференции. – Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 2007. – С. 59.

³ Компетентный // Толковый словарь [Электронный ресурс]. - Электрон. дан. - Режим доступа: <http://www.talkslovar.ru/k.1567.html>

⁴ Художественная энциклопедия зарубежного классического искусства [Электронный ресурс]. – М.: Большая Российская энциклопедия. 1996. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

ветствующее ему; 3) разведение, выращивание какого-нибудь растения или животного; 4) высокий уровень чего-нибудь, высокое развитие умения¹.

В определенной степени сложнее дать определение понятию «цифровая культура», которое, как и подобные понятия «цифровая экономика», «цифровая земля», является предметом широкого обсуждения научного сообщества. Но при всей разности подходов они сходятся в том, что это очень широкое понятие. Но есть и общее, их объединяющее. По мнению ряда исследователей, «возможность представления в цифровой форме – фундаментальное отличительное свойство всех ценностей, обозначаемых относительно новым для русского языка термином «контент»².

Следовательно, «все, что поддается оцифровке, может быть практически без затрат размножено, передано по каналам связи и использовано одновременно многими людьми без ущерба друг для друга. Данное обстоятельство радикально меняет структуру затрат на производство и сбыт любых продуктов, основную ценность которых составляет контент»³.

Но производство контента или информационного продукта есть основа журналистского труда, вне зависимости от того или иного вида СМИ, будь то печать, радио, телевидение или технологически новые медийные платформы в сети. Поэтому для журналистов в большей степени, чем для представителей других профессий, «самым дефицитным ресурсом с какого-то момента становится внимание целевой аудитории. Все это не может не отражаться на характере отношений, возникающих вокруг создания, распространения и потребления таких продуктов»⁴.

Как показывает сегодняшняя практика, выстраивание этих отношений во многом зависит не только от уровня образованности, наличия тех или иных компетенций

журналиста, и даже не от его общей культуры, но в большей степени от его цифровой культуры. В применении к журналистике его можно соотнести с термином «медийная культура», которая предполагает мультимедийность как основу ее деятельности с учетом новых технологий.

Поэтому на основании приведенных определений культуры и понимания реалий, в которых сегодня функционирует журналистика, можно утверждать, что цифровая или медийная культура – это совокупность материальных и интеллектуальных ценностей в области медиа в условиях ее цифровизации или дигитализации как одной из сфер общественной деятельности. При этом также следует учитывать и исторически определенную систему их воспроизводства и функционирования в социуме, но в реалиях цифры, использующих большие объемы данных (big data), собираемых с помощью роботов.

Наличие цифровой культуры – это не только прерогатива журналиста, который должен приращивать свои компетенции принципиально новыми навыками, как, например, умением работать с большими объемами данных. Ею должна обладать и аудитория, массово потребляющая продукты журналистского труда. Для нее цифровая или медийная культура может выступать системой уровней развития личности человека, способного воспринимать, анализировать, оценивать журналистские тексты. При этом ее наиболее активная часть может заниматься журналистским творчеством, усваивать новые знания в области медиа.

На данный момент ими являются пользователи социальных сетей, ведущие свои блоги, аккаунты или «странички». Их активность настолько велика, что это позволяет говорить о новом тренде, способствующем трансформации журналистской деятельности. Один из первых исследователей виртуальной журналистики С.В. Ерофеев его формулирует следующим образом: «В «цифровом мире» журналистские организации теряют контроль над собственной судьбой»⁵. В этом нас убеждает, по его мнению, «порядка десяти факторов, кото-

¹ Ожегов, С.И. Словарь русского языка: ок. 57000 слов / С.И. Ожегов; под ред. Н.Ю. Шведовой. - 16-е изд., испр. - М.: Рус. яз., 1984. - 797 с.

² Козырев А.Н. Цифровое будущее культуры: Измерения и прогнозы. - М.: Издательские решения, 2016. - С. 8.

³ Там же.

⁴ Там же.

⁵ Ерофеев С.В. Интернет-журналистика на рубеже XX-XXI вв. - М., ИПК РТВР, 2011. - С. 44.

рые в значительной степени влияют на развитие интернет-журналистики в последнее время и будут определять эволюцию профессии интернет-журналиста в ближайшие годы»¹.

Назовем лишь некоторые, которые подтверждают необходимость формирования цифровой культуры как у журналиста, так и тех, кто становится любителями в этой профессии, да и собственно у всех граждан нашей страны, в той или иной степени потребляющих информационные продукты на разных платформах. Исследователь формулирует следующие факторы, которые корректирует время и развитие виртуальной реальности. К ним следует отнести: журналисты во всем мире утратили монополию на слово; аудитория стала естественным компонентом интернет-СМИ и начала влиять на характер профессии журналиста; появившиеся в Интернете блогосфера и социальные сети значительно повлияли на профессию журналиста; появляются информационные платформы, которые требуют от журналиста новых знаний и умений².

Как видим, только перечисленные нами факторы убеждают в том, что наличие или отсутствие цифровой культуры в обществе, и прежде всего в журналистском сообществе, позволяют говорить об общем уровне развития культуры в обществе, его духовных и общественных достижениях. Другими словами, речь идет о его ментальности: общества в целом, каждого гражданина в частности, профессионального журналистского сообщества в особенности, причем в соответствии с цифровой реальностью современной жизни. При этом мы исходим из того, что, как трактует это понятие философский энциклопедический словарь, «менталитет (ментальность, от лат. *mentalis* – умственный) – образ мыслей, совокупность умственных навыков и духовных установок, присущих отдельному человеку или общественной группе»³.

¹ Там же.

² См.: Ерофеев С.В. Интернет-журналистика на рубеже XX-XXI вв. – М., ИПК РТВР, 2011. – С. 44 – 60.

³ Философский энциклопедический словарь / Редкол.: С.С. Аверинцев, Э.А. Араб - Оглы, Л.Ф. Ильичев и др. - 2-е изд. - М.: Сов. Энциклопедия, 1989. - 815 с.

Сообразно с этим нам представляется возможным считать, что цифровая культура, и соответственно цифровой или медийный менталитет, формируется в процессе общественной и профессиональной деятельности. Но сегодня этого явно недостаточно, тем более, что система образования, как общего, так и профессионального, пока еще не очень озадачена стремлением этим заниматься.

Поэтому на основании изученной журналистской практики в большей степени этим занимаются средства массовой информации. В них на разном уровне обозначилась цифровая тематика, которая пользуется у аудитории повышенным спросом. Что касается журналистского сообщества, то для него специализированные журналы являются одним из каналов формирования цифровой культуры.

Как показал анализ СМИ, этот сегмент весьма небольшой. Он насчитывает более десятка изданий, если говорить о них как о научно-популярных журналах. Среди них лидируют «Журналистика», «Журналистика и медиарынок», «Новости СМИ» («НСМИ»), «Media Vision» и др. В большей степени представлены научные издания по журналистике, что объясняется большим количеством вузов, имеющих факультеты или отделения журналистики.

Но в данном случае исследование было сосредоточено на специализированных изданиях, ориентированных в большей степени на журналистское сообщество, т.е. научно-популярных журналах. В рамках пилотного исследования были проанализированы «Журналист» как традиционное издание, имеющее давнюю историю, и информационно-аналитический бюллетень «Новости СМИ» («НСМИ»), который своим появлением в 1997 году обозначил начало эпохи цифровизации и одним из первых начал осваивать эту тему. Для этой цели было проанализировано более пятидесяти номеров каждого из этих изданий выборочно.

Так, практически в каждом номере «Журналиста» эта цифровая тематика представлена достаточно полно. Например, только в одном номере за февраль 2017 года опубликован ряд статей, имеющих непо-

средственное отношение к цифровой тематике. Так, в статье К. Нигматуллиной «10 правильных решений для медиаменеджера в 2017 году» даются советы журналистам о том, на что им ориентироваться при работе в условиях цифровизации¹.

Первый пункт – призыв работать на аудиторию мобильного интернета. Следующий совет: удерживать аудиторию на привычных ей каналах, таких как Telegram. Сегодня аудитория активно пользуется онлайн-СМИ, поэтому автор статьи призывает журналистов обратить внимание на Интернет и мобильные приложения. Также автор говорит о популярности видеоконтента, который сейчас набирает обороты. По мнению автора, журналистам стоит больше использовать видеоматериалы.

Если говорить о цифровой культуре журналиста, то в этом же номере есть еще статья М. Корнева «Виртуальное для реального: новые измерения»². В ней говорится о работе инновационных девайсов, о погружении в «расширенную» реальность и том, как эти новейшие технологии можно использовать в журналистике. Так, журналистика в VR (вместе с видео 360) имеет уже свое направление — журналистику погружения. Виртуальная реальность может вовлечь человека в действия, чтобы прожить какое-то событие. Очень впечатляет, например, проект The Guardian, в котором вам предлагают почувствовать себя в одиночной камере под рассказы людей, отсидевших срок.

Также можно использовать в журналистике AR — AUGMENTED REALITY — ДОПОЛНЕННУЮ РЕАЛЬНОСТЬ, чтобы погружать аудиторию в события и факты. Только здесь обязательна привязка дополненной реальности к реальному месту пребывания пользователя, так как дополненная реальность предполагает, что ваш гаджет накладывает дополнительные слои на реальный окружающий мир.

В статье «Сделай сам», автор которой Д. Бест, рассказывается об издательствах,

которые разработали собственные системы управления контентом, чтобы улучшить качество рабочих процессов и стимулировать развитие новых бизнес-моделей. Самостоятельно разработанное ПО – пример инноваций, которые возникают в медиасфере³.

Что касается специализированного издания для журналистов «Новости СМИ», которое позиционирует себя как информационно-аналитический бюллетень, то цифровая тематика в той или иной степени находит отражения в публикациях двух основных разделов «Печатные СМИ» и «Электронные СМИ». Они тоже в свою очередь делятся на подразделы «Газеты», «Журналы», «Радио», «Телевидение», «Рекламу», «PR», «Информационные агентства» и т.д. Издание очень структурировано, что сразу позволяет найти нужный раздел.

Название журнала оправдывает себя: большинство заметок, предлагаемых «НСМИ» своим читателям, информационного характера. Помимо таких рубрик, как «Событие», «Сенсация» на каждый вид СМИ, предлагается также «Интервью», «Мнение эксперта», «Распространение».

Обычно заметка невелика по объему, содержит только актуальную информацию. За основу берется проверенный факт, далее идет ссылка на источник или комментарий компетентного, и авторитетного, разумеется, специалиста. Публикуемые в каждом номере материалы на протяжении двадцатилетнего периода, что выходит это издание, на первый взгляд кажутся однотипными. Например, рассмотрим несколько заметок, выбранных произвольно, но в некоторой исторической ретроспективе.

Примеры:

24.06.2003.НОВЫЙ ПРОЕКТ. В конце марта издательский дом выпускает в свет новое издание — журнал, посвященный цифровой типографии и цифровой фототехнике DIGITAL PHOTO Camera.

Создатели издания утверждают, что благодаря журналу читатель сможет буквально «пощупать» руками цифровую фототехнику, так как материалы и обзоры будут максимально подробными и простыми. Эту возможность предоставляют два мультимедийных приложения.

¹ Нигматуллина К. 10 правильных решений для медиаменеджера // Журналист, 2017, февраль. - С. 30-33.

² Корнев М. Виртуальное для реального: новые измерения // Журналист, 2017, февраль. - С. 40-43.

³ Бест Д. Сделай сам // Журналист, 2017, февраль. - С. 36-39.

тимедийных компакт-диска, которые прилагаются к каждому номеру.... Интерактивность журнала будет обеспечивать сайт www.dpscamera.ru. Здесь посетители смогут написать собственное мнение о протестированных в журнале камерах, почитать материалы предыдущих номеров, пообщаться в форумах, задать редакции интересующие их вопросы и прислать фотографии для читательского конкурса.

18.08-09.2003.R Агентство совместно с «Агентством подписки и розницы» открыло Интернет-магазин PRESSsafe.ru по адресу: <http://www.pressafe.ru>. Как сообщили «НСМИ» в «Роспечати», проект реализован в рамках общей стратегии, направленной на развитие новых технологий распространения печатной продукции и предоставления подписчикам наиболее комфортных условий приобретения изданий. Открытие PRESSafe.ru. приурочено к началу приема подписки на первое полугодие 2004 г. В работе над совместным проектом используется каталог Агентства «Роспечать». Посетителям ресурса предоставляются бесплатные online-консультации специалистов по интересующей пользователей тематике СМИ, рассылка анонсов новых изданий

15.02.2018. Facebook запускает приложение для просмотра интернет-видео по телевизору.

Социальная сеть Facebook в скором времени планирует запустить приложение, позволяющее пользователям просматривать видео из их новостной ленты через smart-TV приставки, например, Apple TV, Fire TV от Amazon, а также через подключаемые к сети телевизоры Samsung Electronics, сообщает The Wall Street Journal.

При помощи нового приложения пользователи смогут просматривать видео, которыми поделились их друзья или группы, оно также будет показывать прямые трансляции видео и видео, которые пользователь сохранил для более позднего просмотра. Кроме того, Facebook планирует рекомендовать пользователям видео, основываясь на их интересах.

Очевидно, издание выработало свою специфику текста. Как правило, предлагаемая в этом издании информация по цифровой тематике, как, впрочем, и по другим те-

матикам, является базовой. Именно поэтому обычному читателю обилие такого рода сведений может показаться довольно скучным. Но что касается профессионала, то для него «НСМИ» дают наиболее полную картину изменений в сфере СМИ, прерогативой которых является дигитализация отрасли. Тем самым, судя по выборке публикаций на данную тему, можно увидеть, как этот процесс идет в исторической ретроспективе, какова его динамика, каковы проблемные зоны.

На сложности вхождения в цифровой мир, требующий несколько иной ментальности, указывают и публикации «Журналиста», также объединенные при анализе издания по цифровой тематике в отдельный блок. Это коррелируется и с другими специализированными изданиями. Из числа пока неразрешимых проблем следует назвать порой отсутствие межпоколенческого диалога между разными возрастными категориями журналистов. Это можно назвать своеобразным цифровым неравенством в журналистской среде.

Это подтвердили и проводимые в рамках данного исследования опросы как представителей профессионального сообщества разных поколений, так и начинающих журналистов – студентов ряда факультетов журналистов, для которых цифровая среда воспринимается как естественная для обитания. В них приняли участие более тридцати человек в каждой из групп. Из числа журналистов двадцать три человека считают, что цифровое неравенство в журналистской среде существует и говорить о массовой цифровой культуре говорить еще рано. Оставшиеся более молодые семь журналистов думают диаметрально противоположно.

Что касается студенческой аудитории, то она в большинстве своем утверждает, что без обладания цифровой культурой просто нечего делать в этой профессии. Пятнадцать человек считают себя ее носителями, способствующими формированию ее в обществе.

На вопрос: какую роль играют специализированные издания в формировании цифровой культуры, ответы в двух этих группах также существенно различались. Но

при всем разбросе мнений можно констатировать, что данная тематика еще только осваивается специализированными изданиями. «Ее надо выискивать в привычных рубриках и текстах», - сказала студентка Мария К.

Были и более категоричные ответы, как, например, высказывание также студентки Анны П. Она пишет: «Если рассматривать цифровую культуру просто как переход масс-медиа от аналоговых форматов к цифровым, то журнал «Журналист» вряд ли можно назвать формирующим цифровую культуру. На мой взгляд, он еще недостаточно освоился на Интернет-площадке. Прочитать статьи на сайте можно, только заплатив, в то время как большинство других журналов, имеющих свой сайт, предоставляют возможность что-то почитать на сайте бесплатно».

Эту же точку зрения разделяют и представители журналистского сообщества. Так, Владимир Соловьев – Председатель Союза журналистов России утверждает, что «молодые журналисты уже мыслят иначе, в соответствие с новыми технологическими трендами, и это сказывается на журналистике в целом: на формах подачи информации и ее потреблении. Поколение века цифровых технологий ментально другое. Оно иначе собирает и обрабатывает информацию, иначе формирует мысли и выражает их в тексте».

Итак, подводя итоги пилотного исследования, следует отметить, что потребность в формировании цифровой культуры, видоизменяющий менталитет нашего общества, и журналистов в первую очередь, ощущается всеми гражданами, властью, самими СМИ. Как следствие, специализированные издания, ориентированные на журналист-

ское сообщество, одними из первых начали разрабатывать цифровую тематику. Она является весомым вкладом в формирование цифровой культуры прежде всего самих журналистов.

Анализ наиболее востребованных изданий этого сегмента «Журналиста» и «НСМИ» показал, что они играют консолидирующую роль в этом процессе. К числу их достижений на данном этапе следует также отнести:

- стремление объединить вокруг себя широкий круг профессионалов, разрабатывающих цифровую тематику;

- попытки структурировать цифровую тематику, чтобы легко можно было найти искомую информацию о дигитализации отрасли;

- создание информационной базы по данной тематике на основании опубликованных материалов, которые могут быть полезны как профессионалам, так и начинающим журналистам из числа пользователей сетей, мобильных репортеров и, конечно, студентов, обучающихся на отделениях и факультетах вузов страны.

Главный вывод, который сделан нами по итогам пилотного исследования, - это реальная потребность в овладении цифровой культурой как всего общества, так и непосредственно журналистов. Специализированные журналы, ориентированные на профессионалов информационно-коммуникативной сферы, осваивают новую для них тематику. Они пробуют, экспериментируют, но идут вперед и стараются соответствовать вызовам времени и потребностям аудитории, тем самым вместе с ней осваивая азы компьютерной грамотности, формируя цифровой образ жизни.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Дугин, Е.Я. Методология исследования информационно-коммуникативных медиасистем и журналистики. – М.: Академия медиаиндустрии, 2017.
2. Ерофеев, С.В. Интернет-журналистика на рубеже XX-XXI вв. – М.: ИПК РТВР, 2011.
3. Калмыков, А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика: учеб. пособие для студентов вузов / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.
4. Калач, Е.В. Медиаобразование в системе сотрудничества высшей и общеобразовательной школы // В сб.: Преемственность обучения в системе школа-вуз: формы и пути развития творческой активности учащихся: тезисы региональной научно-практической конфе-

ренции. – Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 2007. – С. 59-61.

5. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество, культура / М. Кастельс. – М.: ГУ ВШЭ, 2000.

6. Качкаева, А.Г. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой. – М.: 2010. – 200 с.

7. Козырев, А.Н. Цифровое будущее культуры: Измерения и прогнозы. – М.: Издательские решения, 2016.

8. Маклюэн, Г.М. Понимание медиа: Внешние расширения человека. – М.: Кучково поле, 2011.

9. Медиасистема России: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Е.Л. Вартановой. – М.: Аспект Пресс, 2015.

10. Менталитет // Толковый словарь [Электронный ресурс]. - Электрон. дан. - Режим доступа: <http://www.talkslovar.ru/m.3881.html>

11. Ожегов, С.И. Словарь русского языка: ок. 57000 слов / С.И. Ожегов; под ред. Н.Ю. Шведовой. - 16-е изд., испр. - М.: Рус. яз., 1984.

12. Уэбстер Ф. Теория информационного общества / Ф. Уэбстер. - М.: Аспект Пресс, 2004.

УДК: 070

ББК: 72

Демина И.Н.

КРИТЕРИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ И ПРОДУКТИВНОСТИ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В СФЕРЕ ЖУРНАЛИСТИКИ

Demina I.N.

MEASURE OF POTENCY AND PRODUCTIVITY OF SCIENTIFIC RESEARCH IN THE SPHERE OF JOURNALISM

Ключевые слова: теория журналистики, Топ-100 самых цитируемых ученых, научный индекс цитирования, научное направление «Массовая коммуникация. Журналистика. СМИ», специальность журналистика, критерий цитируемости публикаций, критерий продуктивности ученого, научно-метрические показатели.

Keywords: theory of journalism, the Top 100 most cited scientists, scientific citation index, the research area «Mass communication. Journalism. Mass media», special field is journalism, citation criterion, and measure of productivity of scientist, metric indicators.

Аннотация: в статье выполнен анализ данных РИНЦ по Топ-100 самых цитируемых и самых продуктивных ученых (по индексу Хирша) по научному направлению «Массовая коммуникация. Журналистика. Средства массовой информации» по последним опубликованным данным (сентябрь 2017 г.). Раскрыты причины сравнительно низких показателей авторов направления «Массовая коммуникация. Журналистика. СМИ». Предложены мероприятия, способствующие в будущем повышению научно-метрических показателей ученых названного научного направления, главным из которых является повышение публикационной культуры авторов и редакционно-издательских отделов образовательных организаций.

Abstract: the article is analyses of the Russian Science Citation Index(RSCI) on the Top 100 most cited and most productive scientists (according to the Hirsch index) was performed in the research area «Mass communication. Journalism. Mass media», according to the latest published data (September 2017). The article reveals the reasons for the comparatively low rates of authors in the research area «Mass communication. Journalism. Mass media». The author of the article proposed measures that will promote the scientific and metric indicators of the scientists of this research area in the future, the main of which is the increase of the culture of authors and editorial departments of educational organizations.

Тренды развития медиаисследований и потенциал научных исследований в области журналистики и средств массовой информации в некоторой, но весьма показательной степени можно проследить, анализируя очень любопытные данные, представленные в Топ-100 самых продуктивных и цитируемых ученых. Предыдущие статьи по этой теме¹ рас-

крывали некоторые результаты Топ-100, однако тенденции меняются, авторы открывают для себя возможности попадания в этот рейтинг, поэтому необходим дальнейший анализ в соответствии с новейшими данными. В последний раз результаты Топ-100 были опубликованы в сентябре 2017 г., а всего мониторинг Топ-100 публикуется с 2014 г. на сайте <http://dissertation-info.ru/>. С 2014 г. этот рейтинг стал заметным в научном сообществе, исследователи стремятся попасть в списки самых цитируемых (рейтинг выстраивается по числу

¹ Демина И.Н. Сравнительные характеристики публикационной активности ученых социально-гуманитарного профиля: проблемы и решения / И.Н. Демина // Вопросы теории и практики журналистики. – 2014. – № 4 (8). – С. 131-147, Демина И.Н. Потенциал развития научно-образовательных школ в России: попытка анализа/ И.Н. Демина // Век информации. – 2017. – № 3. – С. 39-50, Демина И.Н. Наукометрия: объективный инструмент анализа развития научно-

образовательных школ журналистики vs гонка за рейтингом / И.Н. Демина // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. – 2017. – № 3(24) — № 3, том 2, 2017. – С. 163-172.

цитирования работ авторов в РИНЦ) и самых продуктивных (рейтинг выстраивается по индексу Хирша) ученых. Сами персоналии Топ-100 используют данные рейтинга для целей рекламы и PR, обоснованно считая, что попадание в Топ-100 повышает престиж и репутацию собственную и организаций, которые они представляют. Автор данной статьи подводит итоги последнего по времени рейтинга Топ-100 и представляет динамику изменения некоторых показателей рейтинга с 2014 по 2017 гг.

Отечественные исследователи сгруппированы в данном рейтинге в соответствии с научными направлениями, которые они представляют. В списке научных направлений Топ-100 представлено 69 научных направлений. Для нас особый интерес имеют ученые, попавшие в группу «Массовая информация. Журналистика. СМИ». Первый, представляющий, по нашему мнению, интерес, показатель – число попавших в «Топ-100 самых продуктивных ученых» авторов по Федеральным

округам РФ в динамике за 2014-2017 гг. В таблице 1 представлена динамика числа авторов, попавших в «Топ-100 самых продуктивных ученых» по направлению «Массовая информация. Журналистика. СМИ» по Федеральным округам РФ за 2014-2017 гг. Требуется пояснения. В 2014 г. авторы Топ-100 не выстраивались в рейтинг по индексу Хирша, а только по числу цитирований, поэтому за 2014 г. в таблице указано число самых цитируемых авторов. За 2016 и 2017 гг. анализу подвергался другой, более информативный, рейтинг – самые продуктивные ученые, который составляется по иерархии индекса Хирша. На нем и построен дальнейший анализ в данной статье. Далеко не все авторы остаются в рейтинге из года в год, Топ-100 довольно динамичен. Так, по сравнению с 2016 г. рейтинг обновился почти на треть: в нем появился 31 новый автор (соответственно, столько же авторов покинули список).

Таблица 1 - Число авторов, попавших в «Топ-100 самых продуктивных ученых» («Массовая информация. Журналистика. СМИ») по Федеральным округам РФ (2014-2017 гг.)

Округ	Число авторов, попавших в «Топ-100 самых цитируемых ученых», 2014 г.	Число авторов, попавших в «Топ-100 самых продуктивных ученых», 2016 г.	Число авторов, попавших в «Топ-100 самых продуктивных ученых», 2017 г.
Центральный федеральный округ	51	49	40
Северо-Западный федеральный округ	14	13	23
Сибирский федеральный округ	14	9	11
Уральский федеральный округ	14	4	5
Южный федеральный округ	3	9	10
Приволжский федеральный округ	2	11	8
Северо-Кавказский федеральный округ	1	4	3
Дальневосточный федеральный округ	-	1	-

Данные таблицы свидетельствуют о том, что с годами количество авторов Топ-100, представляющих Центральный федеральный округ, неуклонно снижается с 51 персоналии в 2014 г. до 49 – в 2016 и 40 – в 2017 г. Немного снижается также активность ученых в Сибирском федеральном округе (с 14 до 11), заметно снижается в Уральском федеральном округе (с 14 в 2014 г. до 5 в 2017 г.), практически не меняется ситуация в Дальневосточном ФО (авторов нет ни в 2014, ни в 2017 г., исклю-

чением стал 2016 г. Тогда в Топ-100 ученых попал 1 исследователь). Налицо ухудшение положения дел в медиаисследованиях в азиатском регионе РФ.

В то же время растет число авторов из Северо-Западного федерального округа (с 14 в 2014 г. до 23 – в 2017, прежде всего за счет петербургских исследователей), Приволжского федерального округа (с 2 в 2014 г. до 8 в 2017 г. В 2016 г. попавших в Топ-100 ученых из этого округа было 11) и южных регионов Рос-

сии. Так, Южный федеральный округ прибавил с 2014 г. (3 автора) до 10 в 2017 г., Северо-Кавказский федеральный округ с 1 автора в 2014 г. до 3 – в 2017 (в 2016 г. – 4). Напрашивается мысль, что причины такого «перетекания» – эмиграция исследователей из азиатских регионов в европейские и общая деградация учебных центров за Уралом в результате недальновидной политики федеральных регуляторов высшего образования.

Думаю, анализ географического распределения авторов Топ-100 будет неполон, если

не заглянуть в Топ-100 других научных направлений, в определенной мере «родственных» нашему, а именно «Социология», «Политика. Политические науки» и «Психология». На рисунке 1 представлена диаграмма удельного веса ученых из Топ-100 представителей городов России по направлению «Массовая информация. Журналистика. СМИ», на рисунке 2 – по направлению «Социология», на рисунке 3 – по направлению «Политика. Политические науки», на рисунке 4 – «Психология».

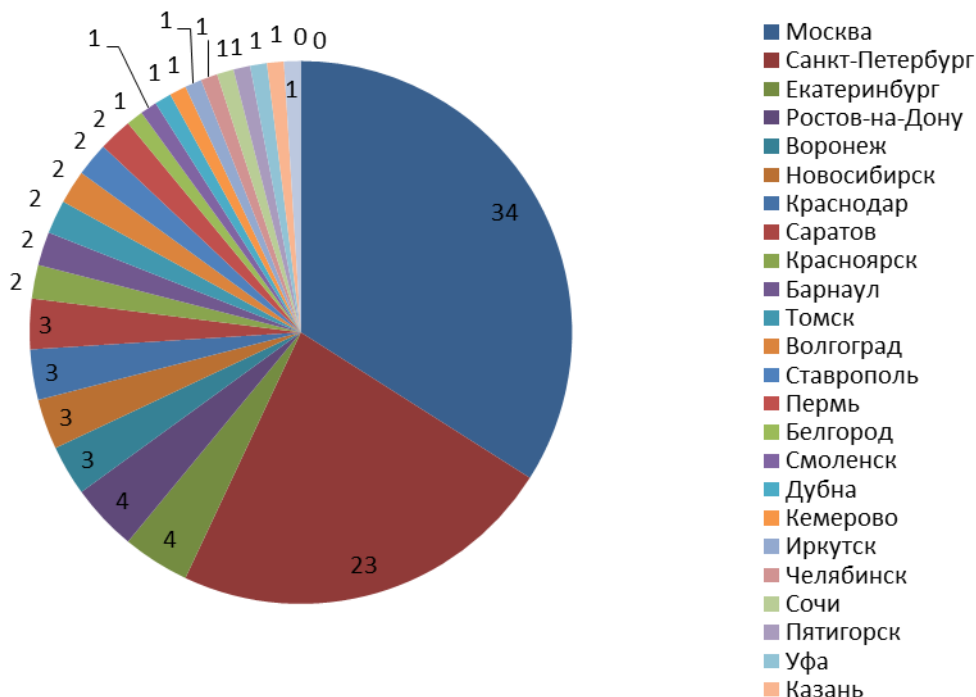


Рисунок 1 - Удельный вес ученых из Топ-100 - представителей городов РФ (Массовая коммуникация. Журналистика. СМИ) (сентябрь 2017)

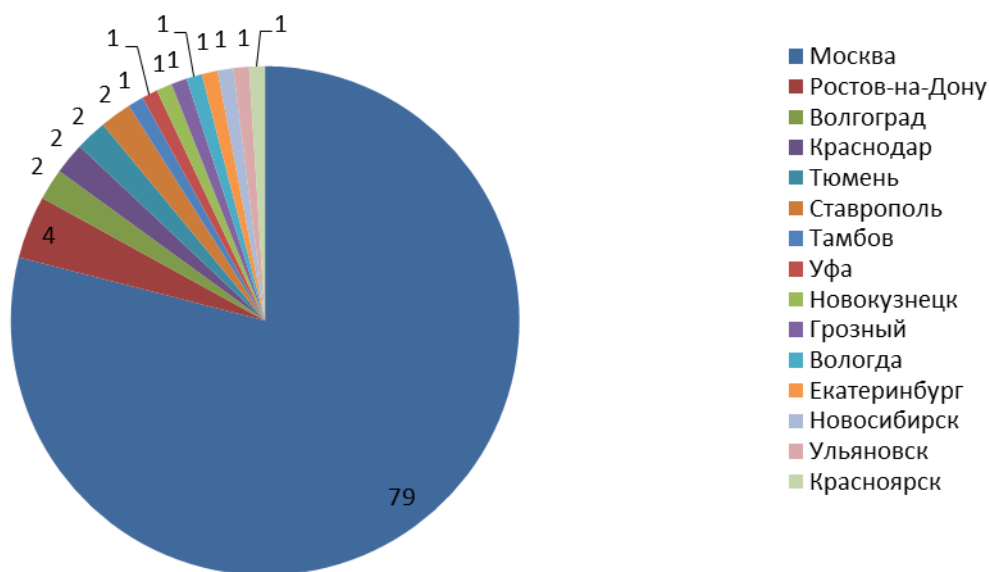


Рисунок 2 - Удельный вес ученых из Топ-100 – представителей городов РФ («Социология») (сентябрь 2017)

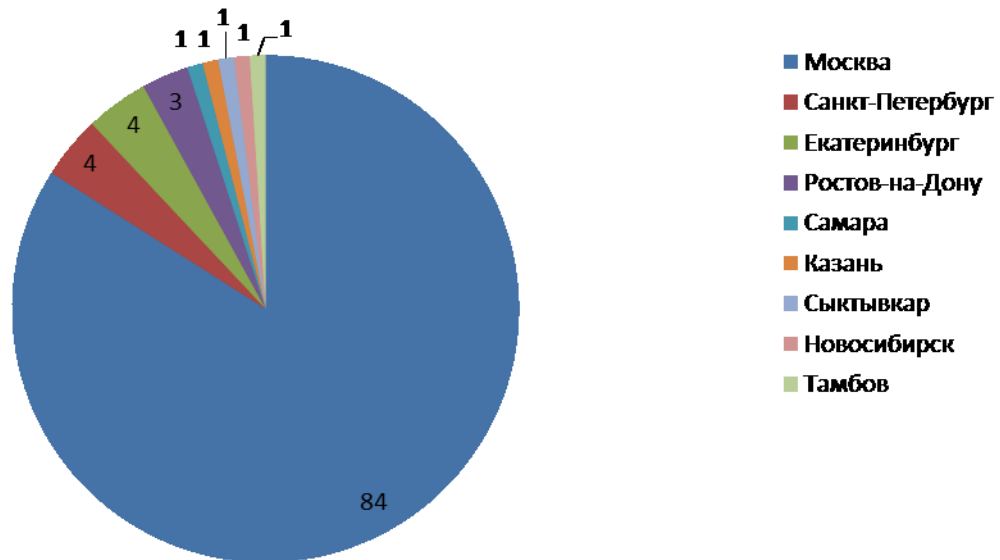


Рисунок 3 – Удельный вес ученых из Топ-100 – представителей городов РФ (Политика. Политические науки) (сентябрь 2017)

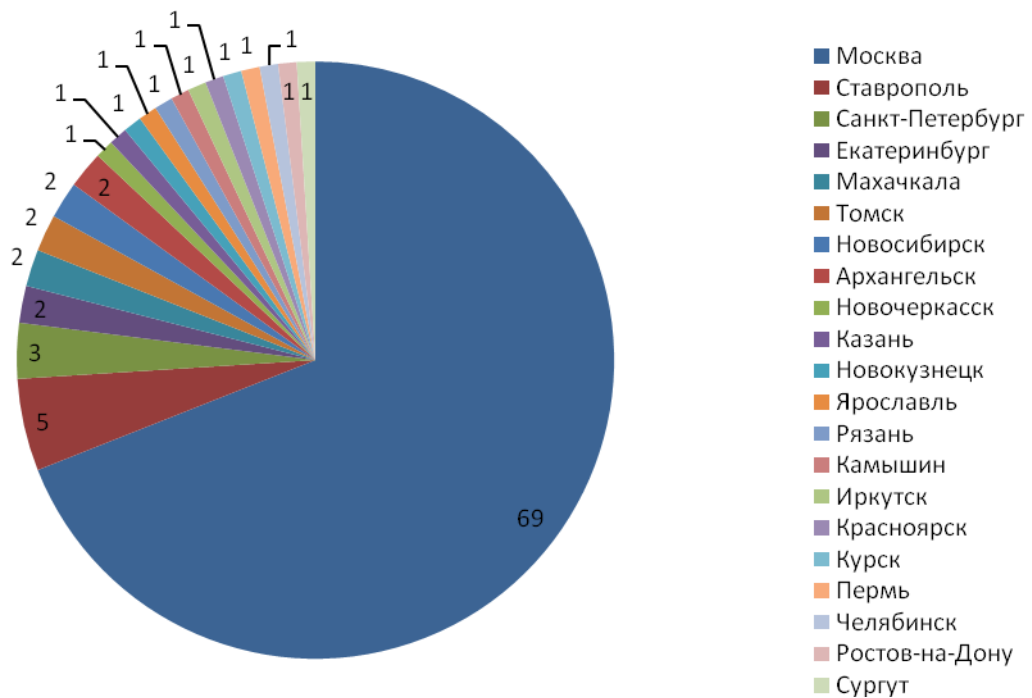


Рисунок 4 - Удельный вес ученых из Топ-100 - представителей городов РФ («Психология») (сентябрь 2017)

Рисунки показывают интересные данные: в рейтинге Топ-100 по направлению «Массовая информация. Журналистика. СМИ» представлены ученые из 25 городов, по направлению «Психология» — 21, «Социология» — 15, наконец, «Политология. Политические науки» — 9. При этом удельный вес авторов, представляющих федеральный центр (г. Москва) по направлению «Массовая информация. Журналистика. СМИ» — менее по-

ловины — 34, «Политология. Политические науки» — 84, по направлению «Социология» — 79, «Психология» — 69. Причиной исключительного положения авторов направления «Массовая информация. Журналистика. СМИ», думаю, является отсутствие в Российской Федерации научных академических институтов, работающих в этом направлении и, как правило, расположенных в Москве. Научные исследования в области средств массовой

информации и журналистики сосредоточены исключительно в образовательных центрах, в отличие от других перечисленных направлений. Однако факт, что медиаисследования сосредоточены по территории России – в целом положительное обстоятельство. Это говорит о большом потенциале медиаисследований в стране. С другой стороны, такие исследования, безусловно, нуждаются в регулировании и определенном управлении, которые должны быть сосредоточены в федеральном центре. Роль такого исследовательского центра выполняет факультет журналистики Московского государственного университета имени

М.В. Ломоносова в тесном содружестве с Институтом «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета, Национальной ассоциации исследователей масс-медиа (НАММИ).

Весьма интересным является анализ персональных открытых данных авторов Топ-100 по направлению «Массовая информация. Журналистика. СМИ». Насколько продуктивными являются авторы Топ-100 в соответствии с их научным статусом? Ответ на этот вопрос представлен на рисунке 5.

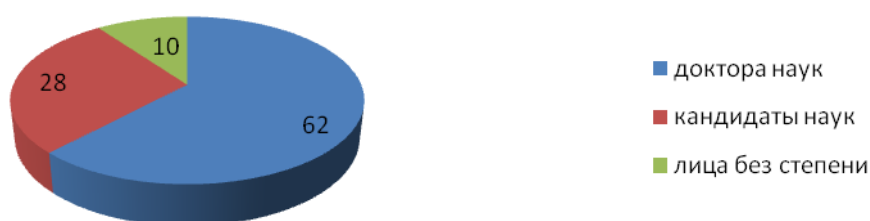


Рисунок 5 - Научный статус ученых Топ-100 направления «Массовая информация. Журналистика. СМИ» (сентябрь 2017)

На рисунке показано, что из 100 авторов рейтинга 62 ученых являются докторами наук, 28 – кандидатами наук и 10 – лицами без степени. Эти данные свидетельствуют о том, что наиболее продуктивными авторами становятся доктора наук, действительно «маститые», известные ученые. Многие авторы, представленные в Топ-100, занимаются актуальными исследованиями, поэтому охотно цитируются. Анализ будет неполным, если не проанализировать научные направления, по которым были защищены докторские и кандидатские диссертации авторов, попавших в рейтинг. Известно, что по научной специальности 10.01.10 –

Журналистика присваиваются степени докторов и кандидатов либо филологических, либо политических наук. Казалось бы, что в Топ-100 по направлению «Массовая информация. Журналистика. СМИ» представлены ученые именно этих научных специальностей. На самом деле, журналистика и средства массовой информации являются объектами изучения не только исследователей названных направлений. Дальнейший анализ выявит недостатки такого подхода. На рисунках 6 и рис. 7 показаны научные специальности персоналий Топ-100 (докторов и кандидатов наук).

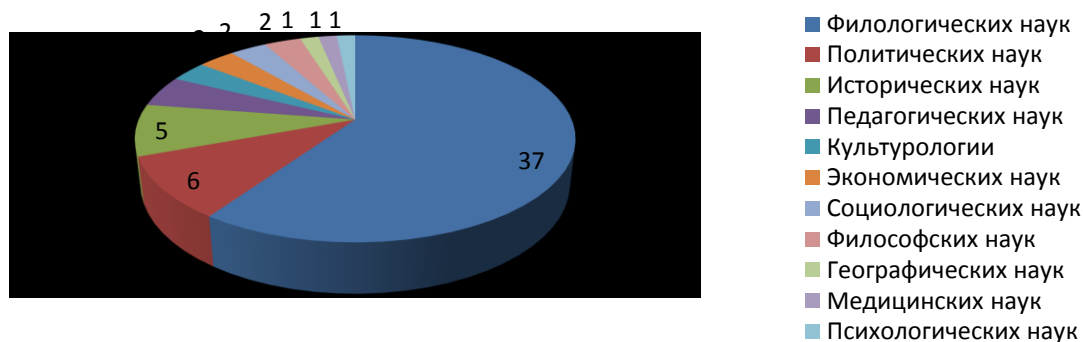


Рисунок 6 - Научные специальности докторов наук, попавших в Топ-100 по направлению «Массовая информация. Журналистика. СМИ» (сентябрь 2017)

Список научных специальностей докторов наук Топ-100 по направлению «Массовая коммуникация. Журналистика. СМИ» довольно широк: он включает 11 наименований. Наибольшее число докторов наук – авторов Топ-100 имеют научную специальность «Филология» (37 человек или 59,7%), однако не все так однозначно, как представ-

ляется, о чем ниже. На втором месте – политические науки. Докторов по этой специальности – 6 человек. Докторов исторических наук – 5, педагогических – 3, культурологии, экономических наук, социологических наук и философских – по 2 человека, по одному доктору географических, медицинских и психологических наук.

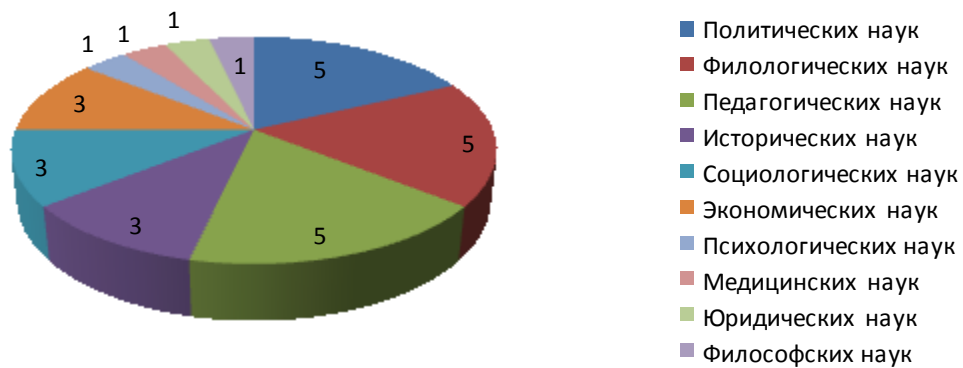


Рисунок 7 - Научные специальности кандидатов наук, попавших в Топ-100, по направлению «Массовая информация. Журналистика. СМИ» (сентябрь 2017)

Перечень научных специальностей кандидатов наук включает 10 наименований, разброс представителей этих наименований более равномерен, чем докторов: по 5 кандидатов политических, филологических и педагогических наук, по 3 – исторических, социологических и экономических наук, по 1 – психологических, медицинских, юридических и философских наук.

Широкий перечень научных специальностей, с одной стороны, говорит о большом интересе ученых разных специальностей к таким объектам научных исследований, как массовая коммуникация, журналистика и средства массовой информации. С другой стороны, возникают сомнения в том, что, действительно, ученые этих специальностей и фигуранты Топ-100 без степени занимаются серьезными изысканиями в этой области. Каждый исследователь имеет право указать в электронной научной библиотеке <https://elibrary.ru/> три области научных интересов, поэтому в рейтинге могут оказаться персоналии, наша область научных исследований для которых является не основной, а одной из нескольких и не всегда главной. Может быть, наше направление и вовсе не является прерогативой некоторых ученых, но они считают, что публикации в

СМИ дают им право указывать «Массовую коммуникацию. Журналистику. СМИ» в качестве одного из своих научных интересов.

Для проверки этой гипотезы был проанализирован рейтинг Топ-100, по каждому из персоналий был проведен отдельный мониторинг по открытым персональным данным, доступным в сети, расположенным на сайтах, указанных ими в качестве места работы научных, образовательных и пр. организаций.

Каждый из ученых Топ-100 был помещен в отдельную группу в соответствии с тем, какими научными направлениями он руководит, какие дисциплины преподает, в каких научных исследованиях участвует и т. д. Все эти данные собраны из лично указанных сведений или официальных материалов с сайтов мест работы исследователей. Не претендуя на бесспорные результаты, наше исследование позволило распределить всех фигурантов Топ-100 (без разделения на научный статус и научные специальности) на 13 групп. Эти данные сведены в таблице 2. Во втором столбце указаны произвольные названия этих групп, в третьем – перечень (не полный) научных интересов и названия читаемых дисциплин авторов Топ-100 по направлению «Массовая коммуникация. Журналистика. СМИ».

Таблица 2 - Фактические области научных интересов, преподаваемые дисциплины ученых Топ-100, сентябрь 2017

№	Группы ученых в соответствии с научными интересами	Подробный перечень научных интересов	Количество ученых в данной группе
1	2	3	4
1	Медиа	Кинокритика, киноведение, медиаобразование, теория журналистики, медиалингвистика, медиакультура, стилистика, литературное редактирование, теория коммуникации, тексты СМИ, проблематика СМИ	33
2	«Чистая» филология	Иностранные языки, РКИ, лингвосомиотика, лингвопрагматика, литература, риторика и пр.	20
3	Книговедение	История книги, цензура, книговедение	14
4	Бизнес-коммуникация, PR, реклама	Маркетинг: брендинг, конкурентные отношения, когнитивная метафора в рекламе, маркетинговые исследования, связи с общественностью	10
5	Административные должности	Редактор журнала, начальник издательского центра, директор издательства	6
6	Медицина	Врач общей практики, наркология	3
7	«Чистая» экономика, менеджмент	Экономика, менеджмент: бухгалтерский учет, малый и средний бизнес	3
8	«Чистая» психология	Патопсихология, психолингвистика, психология творчества и пр.	3
9	Теория информации	Информатика	2
10	Педагогика	Методики преподавания	2
11	Политология	Современная российская политика, международные отношения, психологические операции и пр.	2
12	«Чистая» география	Социально-экономическая география зарубежных стран	1
13	«Чистая» культурология	Культурология	1

Рисунок 8 наглядно иллюстрирует области научных интересов авторов Топ-100.

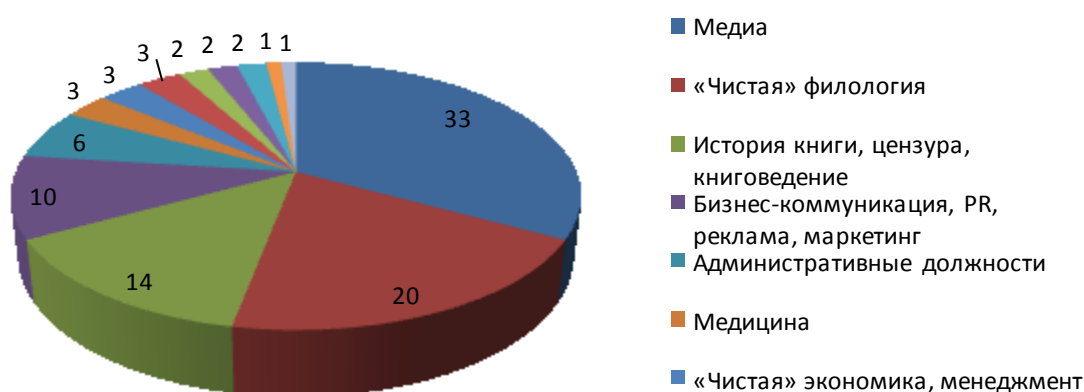


Рисунок 8 - Фактические научные интересы, преподаваемые дисциплины авторов Топ-100 по направлению «Массовая коммуникация. Журналистика. СМИ» (сентябрь 2017 г.)

Результаты данного анализа не бесспорны. Наибольший удельный вес (33 автора из 100) занимают авторы, на наш взгляд, проводящие исследования именно в нашей научной области. Однако сегодня устойчивый тренд развития медиаисследований заключается во включении бизнес-коммуникации, PR, рекла-

ма (на четвертом месте по удельному весу авторов Топ-100 – 10%) как равноправных в исследованиях журналистики и СМИ. Можно согласиться, что эта область исследований относится к частному случаю исследований средств массовой информации, однако по некоторым критериям их нельзя отнести к жур-

налистике. Часто журналистика, реклама и PR противоположны по целям, акторам и последствиям¹. Вопросы включения авторов этих направлений в рейтинг остаются дискуссионными и по-прежнему являются проблемой.

На втором месте по количеству авторов Топ-100 (20) исследователи, представляющие «чистую» филологию, без привязки к исследованиям журналистики и СМИ. Думаю, нельзя согласиться с отнесением авторов – лингвистов в направление «Массовая коммуникация. Журналистика. СМИ». Логичнее сосредоточение их в рейтинге по направлению «Языкознание». Повторю, что авторы сами выбирают направления (до трех) в научной электронной библиотеке, а в нашем направлении легче попасть в Топ-100, т.к. индексы Хирша ниже, чем в других направлениях².

Еще одно направление, в котором работают авторы Топ-100 – книговедение. К включению этого направления в область исследования «Массовая коммуникация. Журналистика. СМИ» применима та же логика, что и к PR и рекламе. Это обосновано по отношению к «массовым коммуникациям» и «СМИ», т.к. книги относятся сегодня к медиа, но вряд ли применимо к направлению «журналистика».

Остальные группы авторов (авторы, занимающие административные должности – 6 человек, медицина, экономика и менеджмент, психология – по 3 человека, информатика, педагогика, политология – по 2 человека, география, культурология – по одному человеку) вряд ли можно отнести к нашему направлению. Объяснение, почему

они оказались в рейтинге, аналогично предыдущим. Кроме того, видимо, публикации в СМИ, по их мнению, сами по себе являются причиной отнести собственные научные интересы к нашему.

В Топ-100 множество известнейших авторов, давно и прочно занявших почетные места в отечественной теории журналистики и СМИ. К их числу относятся Е.Л. Варганова³, В.В. Тулупов⁴, М.М. Назаров⁵, Я.Н. Засурский⁶, Л.Е. Кройчик⁷, С.Г. Корконосенко⁸, О.И. Лепилкина⁹, И.М. Дзялошинский¹⁰, Д.П. Гавра¹¹, М.В. Шкондин¹², Л.Г. Свитич, И.Д. Фомичева¹³, А.В. Вырковский¹⁴, А.А. Тертычный¹⁵. Все эти и другие авторы являются создателями научных школ теории,

³ Варганова Е.Л. К вопросу о медиаисследованиях как актуальной области научного знания / Е.Л. Варганова // Меди@льманах. 2015. № 2 (67). С. 8–10.

⁴ Тулупов В.В. Уроки журналистики / В.В. Тулупов. – Воронеж, 2015.

⁵ Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследование / М.М. Назаров. – М.: Авантиплос, 2004.

⁶ Засурский Я.Н. Коммуникация в обществе знаний. Российская журналистика 2008 / Я.Н. Засурский. – М., 2013.

⁷ Кройчик Л.Е. Публицистический жанр: природа и стратегия развития / Л.Е. Кройчик // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. – 2013. – № 2. – С. 171-176.

⁸ Корконосенко С.Г. Теория журналистики: моделирование и применение: Учеб. пособие // С.Г. Корконосенко. – М., 2010.

⁹ Лепилкина О.И. Система русской провинциальной периодической печати (XVIII – начало XX вв.): Монография. – М.: Илекса, 2010.

¹⁰ Дзялошинский, И.М. Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов. Монография / И.М. Дзялошинский. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2013.

¹¹ Гавра Д.П. Основы теории коммуникации: Учеб. пособие / Д.П. Гавра. – СПб.: Питер, 2011.

¹² Шкондин М.В. Газеты средних и малых городов России. Социологическое исследование: опрос редакторов и журналистов (в соавт. Свитич Л.Г., Смирнова О.В., Ширяева А.А.). / М.В. Шкондин. – М.: Ф-т журн. МГУ, 2015.

¹³ Фомичева И.Д. Социология СМИ: Учеб. пособие для студентов вузов / И.Д. Фомичева. – М.: Аспект Пресс, 2007.

¹⁴ Варганова Е., Вырковский А., Макеенко М. Мультимедийные стратегии московских fm-радиостанций / Е. Варганова, А. Вырковский, М. Макеенко // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. — 2011. — № 6. — С. 6–32.

¹⁵ Тертычный А.А. Жанры периодической печати / А.А. Тертычный. – М.: Аспект Пресс, 2014.

¹ Демина И.Н. Сущность экономической журналистики / И.Н. Демина // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2011. – № 1. – С. 217-221, Демина И.Н. Место и роль коммуникации в бизнес-процессах / И.Н. Демина // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2012. – № 2. – С. 202-206, Демина И.Н. Субъекты экономической массовой коммуникации в формировании ценностей рыночной экономики: государство и фирма / И.Н. Демина // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2013. – №3. – С. 149-155, Демина И.Н. Шкондин М.В. Журналистика как фактор публичности: системные аспекты / И.Н. Демина, М.В. Шкондин // Вопросы теории и практики журналистики. – 2017. – Т.6. – № 1. С. 14-29.

² Демина И.Н. Наукометрия: объективный инструмент анализа развития научно-образовательных школ журналистики vs гонка за рейтингом / И.Н. Демина // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. – 2017. – № 3(24) - № 3, том 2. – С. 163-172.

истории, экономики, социологии журналистики и СМИ, теории жанров, стилистики журналистики. Однако рейтинг недостаточно показателен: в стране есть множество авторов, которые вполне могли бы войти в Топ-100, однако им очень серьезную конкуренцию составляют авторы, области научных интересов которых не в полной мере соответствуют заявленному направлению «Массовая коммуникация. Журналистика. СМИ». Подробное рассмотрение рейтингов конкурирующих направлений («Политология. Политические науки», «Социология», «Психология») показало, что отдельные авторы включены сразу в 2-3 рейтинга, в которых они занимают разные места. Думаю, в дальнейших исследованиях необходимо включить в список научных направлений, по которым был проведен сравнительный анализ, направления «Языкознание» и «Литература. Литературоведение. Устное народное творчество». Думаю, найдется много «пересе-

чений». Одной из причин, по которым авторы стремятся попасть в Топ-100 по направлению «Массовая коммуникация. Журналистика. СМИ» – в целом более низкие показатели индекса Хирша, позволяющие попасть в рейтинг.

Основной способ улучшения положения дел в нашем направлении – повышение публикационной культуры ученых, научные интересы которых лежат в области теории журналистики и СМИ. Это – и рост числа журналов и сборников, и включение печатных изданий в список РИНЦ, а для этого следование правилам оформления и содержания статей и других материалов. Кроме того, сами авторы должны более серьезно подходить в своих публикациях к научному аппарату, уважительно относиться к предыдущим публикациям по соответствующим темам, показывая глубокую осведомленность в данной области, активно цитировать своих коллег.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Варганова, Е.Л. К вопросу о медиаисследованиях как актуальной области научного знания / Е.Л. Варганова // Меди@льманах. - 2015. - № 2 (67). - С. 8–10.
2. Варганова, Е., Вырковский, А., Макеенко, М. Мультимедийные стратегии московских fm-радиостанций / Е. Варганова, А. Вырковский, М. Макеенко // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2011. – № 6. – С. 6–32.
3. Гавра, Д.П. Основы теории коммуникации: учеб. пособие / Д.П. Гавра. – СПб.: Питер, 2011.
4. Демина, И.Н. Место и роль коммуникации в бизнес-процессах / И.Н. Демина // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2012. – № 2. – С. 202-206.
5. Демина, И.Н. Наукометрия: объективный инструмент анализа развития научно-образовательных школ журналистики vs гонка за рейтингом / И.Н. Демина // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. – 2017. – № 3(24) - № 3, том 2. – С. 163-172.
6. Демина, И.Н. Потенциал развития научно-образовательных школ в России: попытка анализа / И.Н. Демина // Век информации. – 2017. – № 3. – С. 39-50.
7. Демина, И.Н. Сравнительные характеристики публикационной активности ученых социально-гуманитарного профиля: проблемы и решения / И.Н. Демина // Вопросы теории и практики журналистики. – 2014. – № 4 (8). – С. 131-147.
8. Демина, И.Н. Сущность экономической журналистики / И.Н. Демина // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2011. – № 1. – С. 217-221.
9. Демина, И.Н. Шкондин, М.В. Журналистика как фактор публичности: системные аспекты / И.Н. Демина, М.В. Шкондин // Вопросы теории и практики журналистики. – 2017. – Т.6. № 1. – С. 14-29.
10. Дзялошинский, И.М. Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов: монография / И.М. Дзялошинский. – М.: АПК и ППРО, 2013.
11. Засурский, Я.Н. Коммуникация в обществе знаний. Российская журналистика 2008 / Я.Н. Засурский. – 2013. – М., 2013.
12. Корконосенко, С.Г. Теория журналистики: моделирование и применение: учеб. пособие / С.Г. Корконосенко. – М., 2010.
13. Кройчик, Л.Е. Публицистический жанр: природа и стратегия развития / Л.Е. Крой-

чик // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. – 2013. – № 2. – С. 171-176.

14. Лепилкина, О.И. Система русской провинциальной периодической печати (XVIII – начало XX вв.): монография / О.И. Лепилкина. – М.: Илекса, 2010.

15. Назаров, М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследование / М.М. Назаров. – М.: Авантиплюс, 2004.

16. Тертычный, А.А. Жанры периодической печати / А.А. Тертычный. – М.: Аспект Пресс, 2014.

17. Тулупов, В.В. Уроки журналистики / В.В. Тулупов. – Воронеж, 2015.

18. Фомичева, И.Д. Социология СМИ: учеб. пособие для студентов вузов / И.Д. Фомичева. – М.: Аспект Пресс, 2007.

19. Шкондин, М.В. Газеты средних и малых городов России. Социологическое исследование: опрос редакторов и журналистов (в соавт. Свитич Л.Г., Смирнова О.В., Ширяева А.А.). / М.В. Шкондин. – М.: Ф-т журн. МГУ, 2015.

УДК: 070

ББК: 72

Исакова Т.Б.

ОБЗОР ЗАРУБЕЖНЫХ ТЕОРИЙ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ

Isakova T.B.

THE REVIEW OF FOREIGN THEORIES OF MEDIA EDUCATION

Ключевые слова: медиаобразование, идеологическая теория медиаобразования, протекционистская теория медиаобразования, теория медиаобразования как источника удовлетворения потребностей аудитории, практическая теория медиаобразования, эстетическая теория медиаобразования, семиотическая теория медиаобразования, теория формирования критического мышления, культурологическая теория медиаобразования

Keywords: media education, ideological theory of media education, protectionist theory of media education, the theory of media education as a source of meeting the needs of the audience, practical theory of media education, aesthetic theory of media education, semiotic theory of media education, the theory of formation of critical thinking, cultural theory of media education

Аннотация: в данной статье автор на основании обобщения данных, полученных из источников по педагогике и журналистике, рассматривает в исторической ретроспективе становление медиаобразования за рубежом. Дается краткий анализ восьми основных теорий медиаобразования по целям, содержанию и педагогическим стратегиям. Делается вывод о том, что современное медиаобразование должно включать рациональные элементы, которые есть в каждой из теорий. Комплексное медиаобразование способствует пониманию аудитории места медиакультуры в обществе, ее связи с различными аспектами жизни, развитию эстетического сознания, творческой индивидуальности личности.

Abstract: in this article the author based on the generalization of data obtained from sources in pedagogy and journalism examines in historical perspective the development of media education abroad. A brief analysis of the eight main theories of media education, objectives, content and pedagogical strategies. The conclusion is that modern media education has to include rational elements that are in each of the theories. A comprehensive media education that will contribute to the understanding of the audience of the place of media culture in society and its relationship with various aspects of life, the development of aesthetic consciousness, of creative individuality of the individual.

В конце XX века русский язык обогатился новым термином «медиаобразование», возникшем как калька с английского «media education», а вместе с ним и новым явлением, по поводу которого и в веке XXI не утихает дискуссия. Вопросы содержания медиаобразования и его структуры становятся предметом обсуждения и педагогического, и журналистского сообщества на конференциях различного уровня, научных форумах. При этом необходимость медиаобразования на современном этапе развития информационного общества ни у кого не вызывает сомнения, т.к. подготовка молодого человека к жизни в условиях нарастающего потока информации, в окружении медиа является необходимым элементом социализации личности. Начиная с 1980 года,

постоянно увеличивается количество диссертационных исследований, посвященных проблемам медиаобразования как по педагогическим научным специальностям, так и по журналистским. Можем предположить, что мы являемся свидетелями становления новой самостоятельной отрасли науки и практики - «медиаобразование».

Для осмысления системы медиаобразования целесообразно обратиться к истории его становления и анализу накопленного отечественного и зарубежного опыта. Цель данной статьи обобщить информацию об истории становления медиаобразования за рубежом, накопленную как педагогами, так и исследователями медиа.

Появление медиаобразования исследо-

ватели относят к последней трети XIX века. Зародилось оно в странах с наиболее развитой печатью и расширялось по мере становления таких видов массово-информационной деятельности, как радио, телевидение, кино, реклама. Учреждения образования стали включать подготовку специалистов для этих медиа в свои обучающие программы. При этом в разных странах сформировались различные конфигурации систем профессионального (журналистского) медиаобразования: в одних странах активно развивались государственные образовательные учреждения, в других – частные; где-то преобладали колледжи, где-то вузы, где-то обучение проходило на медиапредприятиях. Различными были масштабы образовательных учреждений, занимающихся медиаобразованием, их универсальность или, напротив, специализация, по-разному складывались взаимоотношения с общественными институтами, научными и профессиональными организациями медийного профиля¹.

Первые элементы непрофессионального медиаобразования возникают в 20-е гг. прошлого века – это кинодвижение и самостоятельная детская пресса. В середине XX века, с развитием электронных массмедиа, произошла институционализация этого второго целевого вида медиаобразования – массового. В 1950-е гг. по инициативе выдающегося ученого Маршалла Маклюэна в Канаде начали проводиться учебные курсы, имевшие целью ознакомить учащихся с средствами массовой коммуникации. Именно ему принадлежит фраза: «Образование – это самозащита общества против вреда, который приносят медиа»².

В массовом порядке такие курсы стали проводиться в 1960-1970-е гг., тогда же в педагогике закрепился термин *media education*. Первые десятилетия своего существования медиаобразование имело «защитительный» уклон. В этот период ведущие страны мира переживали «информационный взрыв», связанный с развитием телевидения и ставящий на повестку дня вопросы защиты детей от неконтролируемого потребления информации. Акцент делался на то, что средства массовой коммуникации (далее СМК) – это источник

угроз, следовательно, необходимо оградить подрастающее поколение от пагубного влияния. «Защитная» идеология медиаобразования проявлялась и в искусствоведческо-культурологическом уклоне содержания, т.к. от «агрессии» голубого экрана страдали не только дети, но и искусство кино, защищаемое многочисленными киноклубами, с которыми генетически оказывается связанным зарождающееся педагогическое направление.

Затем (в 70–80-е гг. XX века) представление о медиаобразовании обогащается социальными, социально-психологическими, политологическими, социокультурными, семиотическими аспектами, опирается на развитие теории массовой информации и коммуникации. Ведущими концептуальными подходами становятся теория «критического мышления» английского медиапедагога Л. Мастермана и «развивающий» подход, ратующий за развитие личности средствами медиа³.

Интенсивное развитие непрофессионального медиаобразования на Западе хронологически совпало с процессами модернизации национальных систем образования, как средства преодоления всеобщего кризиса в педагогике. В результате массовое медиаобразование в ряде стран достигло впечатляющего развития. Так, по данным А.В. Федорова, в США подписанный в 1994 г. президентом страны закон «Цели 2000: Американский образовательный акт» включает медиаобразование в рекомендуемый стандарт обучения на всех уровнях начальной и средней школы, в Великобритании в 1995 г. 30 тысяч школьников выбрали «Медиа» для сдачи экзаменов за курс средней школы, в Канаде с 1999 г. изучение медиа стало обязательным для учащихся всех средних школ с 1-го по 12-й классы. Медиа изучаются в школах Австралии, Франции, во всех скандинавских странах, в странах Южной Европы. Столь мощному развитию способствует последовательная позиция ЮНЕСКО, которая определяет медиаобразование как приоритетную область культурно-педагогического развития XXI в.⁴

Вместе с тем исследователи отмечают, что единой теоретической концепции ме-

¹ Фатеева И.А. Актуальные проблемы медиаобразования: учебное пособие – Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, - 2015. – 129 с.

² Там же. С. 43.

³ Фатеева И.А. Непрофессиональное медиаобразование и его кадровое обеспечение в России. – С. 6-10.

⁴ Федоров А.В. Медиаобразование: история, теория и методика. Ростов н/Д., 2001. 708 с.

диаобразования так и не сложилось. Выделяют как минимум восемь основных теоретических подходов в данной области. Рассмотрим данные теорий, опираясь на исследование доктора педагогических наук, профессора Александра

Викторовича Федорова¹. Выделим теоретическую базу анализируемых теорий, провозглашаемые цели, содержание и педагогические стратегии медиаобразования. Результаты анализа представлены нами в таблице 1.

Таблица 1 - Ключевые теории медиаобразования в зарубежных странах

Наименование теории медиаобразования	Теоретическая база	Цель медиаобразования	Педагогическая стратегия и содержание медиаобразования
Идеологическая	Идеологическая теория медиа: медиа способны манипулировать общественным мнением, в том числе в интересах того или иного социального класса, расы, нации. Детская аудитория самая незащищенная от воздействия медиа	Вызвать у аудитории желание изменить систему массовой коммуникации (в не тоталитарных государствах) или внушить, что сложившаяся система медиа лучшая (в тоталитарных государствах), в этих случаях критикуется медиакультура других стран (демократических)	Изучение политических, социальных, национальных и экономических аспектов медиа, анализ противоречий, которые содержат эти аспекты с точки зрения того или иного класса, расы, нации
Протекционистская («инъекционная», «защитная», «прививочная»)	«Инъекционная теория медиа» - предохранительная от вредных воздействий медиа, «теория гражданской защиты» - защиты от медиа, «теория культурных ценностей» - негативному воздействию медиа противопоставляются вечные ценности классического культурного наследия. Медиа оказывают прямое негативное воздействие на аудиторию, которая состоит из массы пассивных потребителей, которые не могут понять сути медиатекстов	Смягчить негативный эффект чрезмерного увлечения медиа детей и молодежи. Помочь учащимся понять разницу между реальностью и медиатекстом путем вскрытия негативного влияния медиа на конкретных примерах, доступных для понимания конкретной аудитории	Изучение проблем негативного влияния насилия и сексизма. Борьба против «экранного насилия» в сочетании с формированием критического, самостоятельного, творческого, демократического мышления

¹ Федоров А.В. Ключевые теории медиаобразования в зарубежных странах // Вестник Российского гуманитарного научного фонда. – 2002. - № 1. – С. 149 – 158.

Продолжение таблицы 1

Наименование теории медиаобразования	Теоретическая база	Цель медиаобразования	Педагогическая стратегия и содержание медиаобразования
Теория медиаобразования как источника «удовлетворения потребностей» аудитории	Теория потребления и удовлетворения в области медиа. Влияние медиа на аудиторию ограничено, учащиеся могут сами правильно выбрать и оценить медиатекст в соответствии со своими потребностями	Помочь учащимся извлекать из медиа максимум пользы в соответствии со своими желаниями и склонностями	Формирование умения правильно выбирать и критически оценивать медиатекст. Опора на положительные стороны медиаинформации
Практическая (медиаобразование как «таблица умножения»)	Теория потребления и удовлетворения в области медиа	Обучить школьников, студентов использовать медиа аппаратуру	Изучение технического устройства медиа аппаратуры и формирование практических умений использования данной аппаратуры, в том числе для создания собственных медиатекстов
Эстетическая (художественная)	Культурологическая теория медиа	Помочь аудитории понять основные законы и язык медиаинформации, имеющей прямое отношение к искусству, развить эстетическое (художественное) восприятие и вкус, способности к квалифицированному анализу художественных медиатекстов	Изучение языка медиакультуры, авторского мира создателя художественного медиатекста, истории медиакультуры (история киноискусства, художественного телевидения и т.п.). Формирование навыков критического анализа художественных медиатекстов, интерпретации и квалифицированной оценки
Семиотическая	Труды теоретиков медиа семиотического (структуралистского) направления Р. Барта, К. Метца. Медиа стремятся завуалировать многозначный знаковый характер своих текстов, что угрожает свободе потребления информации. Аудитория пассивна по отношению к чтению медиатекстов	Помочь учащимся «правильно читать» медиатекст	Обучение правилам декодирования медиатекста, описания его содержания, ассоциаций, особенностей языка. Материалом для анализа являются любые тиражируемые объекты

Продолжение таблицы 1

Наименование теории медиаобразования	Теоретическая база	Цель медиаобразования	Педагогическая стратегия и содержание медиаобразования
Формирования критического мышления	Теория «повестки дня». Медиа – это «четвертая власть», которая распространяет модели поведения и социальные ценности среди разрозненной массы индивидуумов	Защитить аудиторию от манипулятивного воздействия медиа, научить ориентироваться в информационном потоке современного демократического общества	Изучение влияния медиа на индивидов и общество с помощью «кодов» (условностей – символов), развитие критического мышления учащихся по отношению к медиатекстам. Формирование свободного, толерантного гражданина демократического общества, обладающего автономным мышлением
Культурологическая	Культурологическая теория медиа. Медиа скорее предлагает, чем навязывает интерпретацию медиатекстов. Аудитория всегда находится в процессе диалога с медиатекстами и их оценивания. Аудитория вкладывает различные смыслы в воспринимаемые медиатексты, самостоятельно их анализирует	Помочь учащимся понять, как медиа могут обогатить восприятие, знание и т.п.	Изучение «ключевых понятий», ролей, которые играют в обществе стереотипы, распространяемые с помощью медиа. Обучение оценке и критическому анализу медиатекстов

Анализ существующих теорий медиаобразования показал, что условно их можно разделить на три группы (подхода). К первой группе мы можем отнести идеологическую, протекционистскую и эстетическую теории медиаобразования. Сторонники данных теорий стремятся оградить обучающихся от пагубного влияния медиа, в том числе от низкохудожественных медиатекстов, и противопоставить этому влиянию классические культурные ценности, лучшие современные произведения. А.В. Федоров называет данный подход, и с ним можно согласиться, дискриминационным, т.к. медиапедагоги строят свою работу на выбранных ими медиатекстах без учета интересов и вкусов аудитории.

Второй подход можно условно назвать

аналитическим. К нему можно отнести теории формирования критического мышления, семиотическую и культурологическую. Главное в этих теориях – это в условиях переизбытка информации дать аудитории ориентиры, научить грамотно воспринимать информацию, понимать ее, анализировать, оценивать механизмы и последствия медиавлияния.

Теорию медиаобразования как источника «удовлетворения потребностей» аудитории и практическую теорию медиаобразования мы можем отнести к третьей группе, которая носит прикладной, утилитарный характер.

Мы разделяем позицию А.В. Федорова, который вслед за К. Тайнером говорит о необходимости сбалансировать медиаобразовательный процесс, включив в него элементы

всех трех групп теорий: «Медиаобразование должно дать доступ учащимся к медиасредствам и развивать способности аудитории к анализу, оценке и производству медиатекстов в различных формах»¹.

Этапами реализации медиаобразовательных подходов в большинстве зарубежных стран являются:

- формирование знаний об истории, теории, структуре языка и медиа (когнитивный компонент);

- развитие восприятия медиатекстов, активизация воображения, памяти, мышления, формирование осознанного отношения к идеям, образам (когнитивный и аффективный компонент);

- развитие креативных практических умений и навыков на материале медиа (поведенческий компонент)².

Каждый из этих этапов может быть реализован автономно либо в комплексе. Комплексное медиаобразование способствует пониманию аудиторией места медиакультуры в обществе, ее связи с различными аспектами жизни, развитию эстетического сознания, творческой индивидуальности личности.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Бугрим, В.В. Новое в медиаобразовании // Журналистика в 2016 году: творчество, профессия, индустрия: сб. материалов международной научно-практической конференции. – М.: МедиаМир; 2017. – С. 446-447.
2. Жилавская, И.В. Качество журналистики как медиаобразовательная проблема [Текст] / И.В. Жилавская // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. – 2016. - № 3 (21). В 2-х т. Т.1 Филологические науки. – С. 141-147.
3. Исакова, Т.Б. Инновационные медиаобразовательные технологии в организации самостоятельной работы студентов [Текст] /Т.Б. Исакова // Информационное поле современной России: практики и эффекты: сборник статей XIII Международной научно-практической конференции (20 – 22 октября 2016 г.) / под ред. Р.П. Баканова. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2016. – С. 391 – 395.
4. Смирнова, О.В. Мастер-класс для преподавателей: использование активных методик в курсе «Медиаобразование» [Текст] / О.В., Т.И. Фролова: сборник программ преподавания дисциплин «Медиаобразование в школе». – М.: Фак. журналистики МГУ, 2009. – С. 91 – 95.
5. Таранех, Р. Медиаобразовательный контекст педагогических и медицинских подходов комплексной реабилитации детей с нарушением слуха в общей системе их социокультурной адаптации // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. – 2017. - № 3. – Том 2 Филологические науки. – С. 268-274.
6. Фатеева, И.А. Актуальные проблемы медиаобразования: учебное пособие [Текст] / И.А. Фатеева. – Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2015. – 129 с.
7. Фатеева, И.А. Медиаобразование: теоретические основы и опыт реализации: монография [Текст] / И.А. Фатеева. – Челябинск: изд-во Челяб. гос. ун-та, 2007. – 270 с.
8. Фатеева И.А. Актуальные проблемы медиаобразования: учебное пособие. – Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2015. – 129 с.
9. Федоров, А.В. Медиаобразование: история, теория и методика [Текст] / А.В. Федоров. – М.: Ростов: ЦВВР, 2001. – 708 с.
10. Федоров, А.В. Ключевые теории медиаобразования в зарубежных странах / Вестник Российского гуманитарного научного фонда. – 2002. - № 1. – С. 149 – 158.
11. Шариков, А.В. Медиаобразование: мировой и отечественный опыт [Текст] / А.В. Шариков. – М.: Изд-во АПН СССР, 1990. – 66 с.

¹ Цит. по Федоров А.В. Ключевые теории медиаобразования в зарубежных странах. – С. 23.

² Там же.

УДК: 070

ББК: 72

Коханова Л.А.

**СТАНОВЛЕНИЕ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ КАК РЕЗУЛЬТАТ
ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПЕДАГОГИЧЕСКОГО И ЖУРНАЛИСТСКОГО
НАУЧНОГО СООБЩЕСТВА**

Kokhanova L.A.

**FORMATION OF MEDIA EDUCATION IN RUSSIA AS RESULT OF PEDAGOGICAL
AND JOURNALISTIC SCIENTIFIC COMMUNITY INTERACTION**

Ключевые слова: медиаобразование, информатизация, образование, медиа, средства массовой информации, кинообразование, киновоспитание, кинопедагогика, медиаконтент, медийный человек.

Keywords: media educations, informatization, education, media, mass media, film behaviour, film education, film pedagogics, media content, media person.

Аннотация: в данной статье автор на основании анализа большого количества источников обосновывает понятие «медиаобразование» в его исторической ретроспективе и называет причины его актуальности в настоящее время, а также определяет основные этапы его становления. Дается краткий анализ каждого из пяти обозначенных авторами этапов. Это позволило сделать выводы о значимости медиаобразования, его основных направлениях на современном этапе, что предопределено всем его развитием в стране. Тем самым это позволяет выстраивать образовательные методики и концепции, которые создаются ведущими научными журналистскими и педагогическими школами в крупных городах России в подготовке медийного человека как реальности сегодняшнего дня. Сегодня он не только пассивно потребляет готовые медиапродукты, но и является активным участником процессов их распространения и производства, тем самым способствуя трансформации журналистской профессии.

Abstract: in this article the author has studied a large number of sources and has made the analysis. The author has defined the concept "media education" of a historical retrospective and pointed to the reasons of its relevance now. And also have defined the main stages of its formation. The author has made also short analysis of each of five designated stages that has allowed to draw conclusions on the importance of media education, his main directions at the present stage that has been predetermined by all his development in the country. It allows to build educational techniques and concepts which are created by the leading scientific journalistic and pedagogical schools in the large cities of Russia in training of the media person as realities of today. Today he not only passively consumes finished media products, but also is an active participant of processes of their distribution and production, thereby promoting transformation of a journalistic profession.

Термин «медиаобразование» в последние годы стал практически синонимом подготовки кадров для всей информационно-коммуникативной сферы, включающей равным образом журналистику, PR, рекламу и новые медиа. Хотя до недавнего времени он использовался больше в другом значении. Предполагалось, что речь идет о формировании навыков у подрастающего поколения взаимодействовать с миром средств массовой информации. Как следствие, у него вы-

рабатываются умения верно понимать суть вербальных и аудиовизуальных образов.

Особенно, если учесть, что в мире наращивания информационных скоростей ребенок буквально с пеленок должен знать, каким образом потреблять информацию, которая обрушивается на него лавинообразно. Тем самым он просто обязан более компетентно и свободно обращаться с информационными потоками. Это помогло бы ему лучше ориентироваться в жизни. Тем

более, что сегодня он большую часть своего времени пребывает в виртуальном мире, осваивая мир реальный с помощью мультисериалов, компьютерных игр, новостных программ. Сегодня это вполне естественная среда обитания ребенка, и получается, что он овладевает раньше этой медийной грамотностью, чем учится читать, писать и считать.

Поэтому очевидно, что медийно-образовательная деятельность сегодня как никогда необходима, но ее становление произошло не сразу. Как самостоятельное направление она имеет долгую и интересную историю. Более того, умение во благо пользоваться СМИ весьма востребовано сегодня в силу ряда причин, обусловивших трансформацию непосредственно самой информационно-коммуникативной системы общества. Конечно, это имеет отношение ко всем его гражданам - от мала до велика. Но в значительной степени это важно для детей и подростков.

Именно это послужило поводом для проведения исследования, предпринятого автором данной статьи, целью которого является попытка выяснить, насколько сегодня наработанный более чем за столетний период опыт медиаобразования используется в семье и школе. Но, чтобы ответить на данный вопрос, потребовалось сначала определить, что мы понимаем под термином «медиаобразование» в такой трактовке этого вида деятельности. Также для понимания его нынешнего состояния оказалось важным проследить, как это медийно-образовательное направления формировалось на протяжении достаточно долгого периода, чтобы сегодня стать тем, чем оно стало в эпоху цифрового общества.

Не стоит забывать, что виртуальная реальность при всех открывшихся невероятных возможностях для развития растущего человека породила и движение «опасных игр» в Интернете. К их числу относятся «Синий кит», «Няпока», «Беги или умри», челлендж, рифферы, зацеперы и т.д.

К сожалению, число этих рисков постоянно увеличивается, что существенно сказывается на здоровье и развитии современного подростка. По мнению отечественного исследователя И.В. Чельшевой, «мно-

гочисленные исследования свидетельствуют о том, что чрезмерное увлечение общением со средствами массовой коммуникации крайне негативно сказывается на зрении, психологическом и физическом состоянии школьников. В связи с этим значительно актуализируется проблема развития медиаграмотности подрастающего поколения»¹.

Поэтому в рамках данной статьи рассмотрим, что определяется понятием «медиаобразование» как явления в целом, а также каковы этапы становления этого вида медийно-образовательной деятельности. Это необходимо для того, чтобы понять, каким образом оно развивалось и к чему пришло в настоящее время, на каких традициях оно зиждется. Также что привнесли в него новые технологии на современном этапе, в чем их достоинства и недостатки, и, соответственно, как минимизировать риски.

Как следует из анализа достаточно большого числа источников, одно из первых определений понятия «медиаобразование» было дано на Международном совете по кино и телевидению (1973 г.). Именно в это время в стране параллельно функционированию средств массовой информации шло активное развитие рекламы и PR, что стало определяться единым термином «медиа». Привычное до этого времени понятие «журналистика» стало уходить на второй план и в большей степени определять только вид деятельности по сбору и обработке информации.

В эти же годы и привычное взаимодействие прессы и образования обрело новое название. В заключительном документе, принятом этим Международным советом, значится: «Под медиаобразованием следует понимать обучение теории и практическим умениям для овладения современными средствами массовой коммуникации, рассматриваемыми как часть специфической и автономной области знаний в педагогической теории и практике; его следует отличать от использования СМК как вспомогательных средств в преподавании других областей знаний, таких, как, например, мате-

¹ Чельшева И.В. Медиаобразование для родителей: освоение семейной медиаграмотности. Научно-популярное издание. Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2008. - С. 5.

матика, физика или география»¹.

Российский разработчик идей и принципов медиаобразования профессор Ю.Н. Усов спустя почти двадцать лет в пик развития кино и телевидения посчитал, что «медиаобразование - это процесс развития личности средствами и на материале средств массовой коммуникации»².

В эти годы он возглавлял лабораторию экранных искусств Российской академии образования, и его интересы как исследователя были сосредоточены на привлечении кино и телевидения в образовательный процесс, которое он рассматривал как средство эстетического воспитания и художественного развития школьников. Этой теме была посвящена его диссертационная работа³.

По мере того, как Россия на рубеже веков активно осваивала зарубежный опыт как в журналистике, так и в образовании, стали появляться и другие трактовки этого понятия в соответствии с международными стандартами. Именно эти подходы обозначены в ряде работ коллектива научной школы «Медиаобразование и медиакомпетентность» под руководством профессора А.В. Федорова, которая сформировалась в Таганрогском государственном педагогическом институте (2001-2008 гг.). В эти же годы была создана Ассоциация кинообразования и медиапедагогике России, которую с 2003 года ее возглавляют профессора А.Ф. Федоров и Г. А. Поличко.

Эти исследователи и созданные ими научные школы и структуры многое сделали для научного осмысления медийно-образовательной деятельности, что во многом способствовало ее развитию в стране. Главное - они определили ее как самостоятельное направление. Это и значилось в сформулированном А.В. Федоровым понятии. По его утверждению, «медиаобразование» (от английского: *media education* и латинского: *media* -средство) – направление

педагогике, призванное помочь учащимся лучше адаптироваться в мире медиа, освоить язык средств массовой информации и коммуникации, уметь анализировать полученную с помощью медиа информацию и др.»⁴.

В соответствии с его представлениями о той роли, которую медиаобразование играет в современном мире, А.В. Федоров рассматривает его как процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа). Целью этого взаимодействия является формирования культуры общения с медиа, развитие творческих, коммуникативных способностей, критического мышления ребенка. К тому же у него формируются умения полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов. Он обучается различным формам самовыражения при помощи медиатехники.

Как следствие А.В. Федоров вводит термин «медиаграмотность», овладение которой помогает человеку активно использовать возможности информационного поля телевидения, радио, видео, кинематографа, прессы, Интернета. Медиаграмотный ребенок лучше понимает язык медиакультуры, что является результатом медиаобразования. Собственно, во имя чего оно столь и необходимо сегодня⁵.

Следует отметить, что в большинстве определений, предложенных в словарях, энциклопедиях и других видах справочной литературы, этот вид деятельности трактуется с точки зрения педагогов. Так, в Российской педагогической энциклопедии предложено следующее определение: «Медиаобразование (англ. *media education*, от лат. *media* - средства), направление в педагогике, выступающее за изучение "закономерностей массовой коммуникации (пресса, телевидения, радио, кино, видео и т.д.). Основные задачи медиаобразования: подготовить новое поколение к жизни в современных информационных условиях, к восприятию различной информации, научить человека понимать ее, осознавать послед-

¹ Медиаобразование. Media Education. - Paris: UNESCO, 1984.

² Усов Ю.Н. Развитие эстетической культуры подростка средствами кино, телевидения, видео // Проблемы эстетического воспитания подростков. - М.: Новая школа, 1994. - С. 58-62.

³ Усов Ю.Н. Кинообразование как средство эстетического воспитания и художественного развития школьников. Автореф. дисс. пед. наук. М., 1989.

⁴ Федоров А.В. Медиаобразование: история, теория и методика. - Ростов: ЦВВР, 2001. - С. 30.

⁵ См.: Федоров А.В. Медиаобразование: История, теория и методика. Ростов, 2001. - С. 38.

ствия ее воздействия на психику, овладевать способами общения на основе невербальных форм коммуникации с помощью технических средств»¹.

В данном случае эта трактовка, как и определение, сформулированное А.В. Федоровым, полностью соответствует той, которую предлагает Оксфордская энциклопедия, но с некоторыми оговорками. В предлагаемом определении медиаобразование рассматривается как изучение медиа, которое отличается от обучения с помощью медиа. Это означает, что если мы говорим о медиаобразовании как *media education*, то речь идет одновременно о познании того, как создаются и распространяются медиатексты. Это способствует развитию аналитических способностей ребенка для интерпретации и оценки их содержания. Тогда как изучение медиа, то есть *media studies* обычно предполагает практическую работу по созданию медиатекстов. Это уже в некотором роде сопредельный медиаобразованию вид деятельности, который имеет большее отношение к журналистской деятельности.

Тем самым авторы данной энциклопедической статьи определяют два подхода к трактовке медиаобразования: как с точки зрения педагогов, так и журналистов. При этом, что цели этих подходов полностью совпадают. Так, Дорр считает, что и медиаобразование, и изучение медиа направлены на достижение целей медиаграмотности (*media literacy*)².

Эту же мысль продолжает и Aufderheide, утверждая, что медиаграмотный человек обладает развитой способностью к восприятию, анализу, оценке и созданию медиатекстов. То есть, речь уже идет о журналистской деятельности, которая невозможна без понимания социокультурного и политического контекста функционирования медиа в современном мире, кодовых и

репрезентационных систем, используемых медиа. Только тогда, по мнению автора, жизнь такого человека в обществе и мире связана с гражданской ответственностью³.

Таким образом, анализ определений медиаобразования, предпринятый авторами данной статьи, показал, что по праву лидерство в научном осмыслении медийно-образовательной деятельности принадлежит педагогам как средней, так и высшей школы. Но достаточно весомый вклад в ее исследование внесли и представители научного журналистского сообщества.

Одним из первых был факультет журналистики Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, на котором эта тематика начала разрабатываться со середины XX века. Она полностью соответствовало международным направлениям научных исследований.

Так, как было отмечено в материалах конференции ЮНЕСКО «Education for the Media and the Digital Age» (Вена, 1999), «медиаобразование связано со всеми видами медиа (печатными и графическими, звуковыми, экранными и т.д.) и различными технологиями; оно дает возможность людям понять, как массовая коммуникация используется в их социумах, овладеть способностями использования медиа в коммуникации с другими людьми; обеспечивает человеку знание того, как:

- анализировать, критически осмысливать и создавать медиатексты;
- определять источники медиатекстов, их политические, социальные, коммерческие и/или культурные интересы, их контекст;
- интерпретировать медиатексты и ценности, распространяемые медиа;
- отбирать соответствующие медиа для создания и распространения своих собственных медиатекстов и обретения заинтересованной в них аудитории;
- получить возможность свободного доступа к медиа, как для восприятия, так и

¹ Российская педагогическая энциклопедия, 1993, с. 555.

² Дорр, А. Медийная грамотность // Международная Энциклопедия социальных и поведенческих наук. Издание 14 / Нью-Джерси. Smel П.Б. Бэтлз. Оксфорд, 2001, р. 9494-9497.

Цит. по: Оксфордская энциклопедия. А.Дорр, 2001, р.9494.: <http://www.lenizdat.ru/a0/ru/pm1/c-1033124-0.html>

³ См.:Ауфдерхайд, 1993, р.1; Dorr, 2001, р.9494 // <http://www.lenizdat.ru/a0/ru/pm1/c-1033124-0.html>

Aufderheide, P., Firestone, C. Media Literacy. Queenstovn, MD: The Aspen Institute, 1993. 44 p.

для продукции»¹.

Следовательно, если медиаобразование связано со всеми видами средств массовой информации (на тот момент термин «медиа» только входил в научный оборот), то прежде всего надо было определить их роль в образовательной деятельности, их возможности и перспективы. Именно с этого периода берет начало исследование новой образовательной функции СМИ как ответной реакции на запросы времени, потребности в непрерывном образовании всех слоев общества. Этому был посвящен ряд работ сотрудников факультета, разрабатывающих эту тематику, в том числе и одного из авторов данной статьи². Важно, что в концептуальной работе того периода «Основы непрерывного образования в СССР» СМИ как структурный компонент медиаобразовательной системы были обозначены отдельной главой³.

В последующие годы число таких исследований только прирастало. Это работы Е.Л. Варгановой, Л.А. Вяткиной, И.В. Жилавской, А.П. Короченского, Д.И. Косолаповой, О.В. Смирновой, И.А. Фатеевой и других представителей журналистского научного сообщества⁴. Именно эти работы внесли суще-

ственный вклад в осмысление медийно-образовательной деятельности, соответствующей мировым процессам, в основе которых взаимодействие двух социальных систем СМИ и образования. Они же показали, что в нашей стране она имеет свою неповторимую специфику.

Благодаря целенаправленному исследованию этой тематики в рамках журналистской школы стало очевидно, что по мере того, как развивались средства массовой информации в стране, видоизменялось и медиаобразование. Причем каждый его этап привносил что-то свое в его становление, формировал новый тренд его развития. Поэтому сегодняшний день предопределен его историей, без которой он бы не состоялся.

Как видим, в основе этой периодизации лежит развитие непосредственно средств массовой информации, лидерство того или иного их сегмента в тот или иной временной отрезок времени. Это видно также в трансформации самого определения медиаобразования, которое представлено в данной статье в усеченном виде, что вполне естественно для ее формата. Поэтому с учетом этого фактора можно выделить следующие этапы его развития:

Первый этап (1896 – 1917 гг.) - это время, когда лидерство принадлежало газетам и журналам, к которым обращались педагоги. Но это и время зарождения кинообразования и киновоспитания, впоследствии (с 1973 года) получивших название «медиаобразование». Это, по мнению А.А. Маченина, «соответствовало изменениям, произошедшим в этой области в связи с бурным развитием телекоммуникационных технологий»⁵.

Так, по распоряжению графа П.И. Игна-

¹ См.: Материалы конференции ЮНЕСКО Education for the Media and the Digital Age, Вена, 1999.

² См.: Коханова Л.А. Роль массовой информации и пропаганды в организации непрерывного образования // В сб.: Тезисы докладов 27 научной конференции МИФИ, 1976 г.; Коханова Л.А. Советская журналистика и высшее образование (К вопросу об образовательном аспекте в журналистских функциях). Вестник Московского университета, серия Х, журналистика, 1976, №6; Коханова Л.А. Лекция... на дому // В сб.: Учебное телевидение. М., Гостелерадио, 1979; Коханова Л.А. Современные тенденции развития учебного телевидения // В сб.: Эфирное учебное телевидение и видео запись в школе и вузе. М., 1982; Коханова Л.А. Учебное телевидение: проблемы и перспективы // В сб.: Материалы конференции Минвуза, 11.04.1982 М., 1982; Коханова Л.А. Перспективы развития учебного телевидения // В сб. Центра научного программирования. М., ЦТ, 1982 и др.

³ См.: Коханова Л.А. Горохов В.А. Основы непрерывного образования в СССР. М.: Высшая школа, 1987.

⁴ Варганова Е.Л., Смирнова О.В. и др. Медиаобразование в школе - Сборник программ для преподавания дисциплин. - М.: МедиаМир, 2010; Вяткина Л.А. Самодетельная подростковая пресса в системе средств массовой информации: диссертация кандидата филологических наук: 10.01.10. - М., 1997; Жилавская И.В. Оптимизация взаимодействия СМИ и молодежной аудитории на основе медиаобразовательных стратегий и техно-

логий. Автореф. Дис... канд. филол. наук. М., 2008; Жилавская И.В. Медиаобразование молодежной аудитории. Томск, Изд-во Томского ин-та информ. Технологий, 2009; Короченский А.П. Медиакритика в теории и практике журналистов. Автореф. Дис... д-ра филол. наук. СПб., 2003; Косолапова Д.И. Ювенильная журналистика в России: исторические и функциональные особенности. Дис. ... канд. филол. Екатеринбург, 2015; Фатеева, И.А. Медиаобразование: теоретические основы и практика реализации: монография. Челябинск: Челяб. гос.ун-т, 2007 и др.

⁵ Маченин А.А. Развитие педагогического потенциала медиаобразования старшеклассников в условиях школьного медиацентра: диссертация на соискание ученой степени кандидата педагогических наук. М., 2014 с. 32.

тьева, возглавлявшего в начале XX века Российское Министерство просвещения, «специалистам радио-, фото-, кино-образования и киновоспитания предлагалось создавать кинематографические, фото- и издательские советы для отбора, анализа и обеспечения учебных заведений материалами образовательно-воспитательного характера, создавать киномузеи, библиотеки фотоснимков, диафильмов и диапозитивов, периодической печати, пластинок»¹.

Второй этап (1917-1957 гг.) - это период, когда свои приоритеты в образовательном процессе сохраняет пресса. Но он также обусловлен развитием информационных технологий. В эти годы открывались учебные заведения, создавались фильмы, в том числе и учебные, закладывались первые киноархивы. Так, в 1919 году в Москве «была открыта первая в мире киношкола (в настоящее время это Всероссийский государственный институт кинематографии – ВГИК)»². Чуть позже, в 1921 году создается Институт детского чтения, основная задача которого заключалась в изучении проблем детских периодических изданий. Затем, к 1924 году, помимо выпуска ряда самостоятельных журнальных детских изданий, начинают создаваться радиoproграммы для детей и подростков³.

Этот же «второй период развития медиаобразования, - пишет А.А. Маченин, - предопределил расцвет учебного и образовательно-воспитательного кино. Подобные фильмы снимаются как на профессиональных киностудиях, так и силами детских коллективов, под руководством педагогов фото- и кинокружков. В научной среде активно описывается внеклассная деятельность, организованная с применением кино-, фото- материалов и диапозитивов»⁴.

Третий этап (1957-1986 гг.) – период, когда в результате происходящих в обществе перемен медиаобразование все больше становится эстетически ориентированным, что является следствием расширяющихся возможностей создания не только вербального, но и визуального контента. Этому во многом помогают книга Ю.П. Знаменского «Школьная киностудия», вышедшая в 1962 году, которая «рассказывает об организации в школе детской киностудии, съемке узкоплёночными кинокамерами, обработке, озвучке и монтаже любительских кинофильмов, создание анимационных фильмов»⁵. Вышедший в эти годы сборник «Телевидение в помощь школе» ставит своей целью «познакомить с опытом зарубежных специалистов в области использования телевизионных передач в школьной детской аудитории»⁶.

Четвертый этап (1986 – 1992 гг.) – начался процесс информатизации образовательной сферы, появление телевизионных образовательных каналов, активное использование кино, телевидения и печати в учебном процессе. В 1990-х годах переломным моментом становления медиаобразования является открытие «Школьной медиатеки» и Федерации кино клубов России. Впервые публикуются книжные издания, тематика которых напрямую посвящена целям⁷, задачам и методике медиаобразования⁸.

В эти же годы не только педагогическим, но и журналистским научным сообществом активно исследуется образовательная функция журналистики. По этой теме защищаются диссертации, выходят монографические работы, ученые пособия.

Пятый этап (1992 г. – по настоящее

¹ Игнатъев И.П. Граф Игнатъев И.П. о кинематографе // Живой экран. - СПб., 1916. - №17. - С. 31.

² ВГИК. Официальная информация [Электронный ресурс] URL: <http://www.vgik.info/today/>

³ См.: Черкашин Е.А., Шариков А.В. Приобщение учащихся к духовной культуре общества на занятиях курса «Основы медиакультуры» // Гуманитаризация образования: мифология, религия, искусство. - Екатеринбург: ИУУ, 1992. - С. 31.

⁴ Маченин А.А. Развитие педагогического потенциала медиаобразования старшеклассников в условиях школьного медиаклуба: диссертация на соискание ученой степени кандидата педагогических наук. М., 2014. С. 43.

⁵ Знаменский Ю.П. Школьная киностудия // Школа и производство. -1965. - № 4. - С. 55-60.

⁶ Маченин А.А. Развитие педагогического потенциала медиаобразования старшеклассников в условиях школьного медиаклуба: диссертация на соискание ученой степени кандидата педагогических наук. М., 2014, с. 46.

⁷ Ястребцева Е.Н. Современная городская школьная медиатека: Модель технического оснащения и возможные формы организации работы. - М.: НИИСОи-УК, 1992.

⁸ Ястребцева Е.Н. Информационно-образовательная среда новой школы // Школьная библиотека. - 2000. - № 1. - С. 43-45.

время) - все средства массовой информации активно участвуют в медийно-образовательном процессе, но параллельно идет развитие Интернета, цифровых технологий, что способствует появлению интернет-журналистики, институализирует самостоятельные интернет-издания, создает информационно-коммуникативное пространство, вбирающее в себя блогосферу и социальные сети. Более того происходит медиатизация всех сфер общественной жизни, и, прежде всего, образовательной сферы, что актуализует потребность в медиаобразовании, формирование цифровой культуры.

Конечно, по мнению профессора Е.Л. Вартановой, можно «спорить о степени всеохватности медиатизации, но вряд ли у кого-то возникнут сомнения в ее наличии. В результате этого процесса возникает человек медийный, бытие которого формиру-

ется содержанием, производимым в процессе массовой социальной коммуникации. Сегодня человек медийный – не только пассивный потребитель готовых медиапродуктов, но и активный участник процессов их распространения и производства»¹.

Безусловно, это медийного человека надо учить. Поэтому с июня 2002 года в Таганрогском государственном педагогическом институте начинается подготовки кадров по специализации 03.13.30 - медиаобразование. Их первый выпуск состоялся в 2007 году, чем было положено начало появлению новой профессии, объединяющей усилия педагогов и журналистов.

Как показала отечественная практика и современное прочтение термина «медиаобразование», без взаимодействия СМИ и образования как социальных институтов дальнейшее развитие медиаобразования в стране просто невозможно.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Вартанова, Е.Л., Смирнова, О.В. и др. Медиаобразование в школе: сборник программ для преподавания дисциплин. — М.: МедиаМир, 2010.
2. Жилавская, И.В. Медиаобразование молодежной аудитории. - Томск: Изд-во Томского ин-та информ. технологий, 2009.
3. Коханова, Л.А., Горохов, В.А. Основы непрерывного образования в СССР. - М.: Высшая школа, 1987.
4. Короченский, А.П. Медиакритика в теории и практике журналистов: автореф. дис.... д-ра филол. наук. - СПб., 2003.
5. Косолапова, Д.И. Ювенильная журналистика в России: исторические и функциональные особенности: дис. ... канд. филол. - Екатеринбург, 2015.
6. Усов, Ю.Н. Кинообразование как средство эстетического воспитания и художественного развития школьников: автореф. дис.... пед. наук. - М., 1989.
7. Фатеева, И.А. Медиаобразование: теоретические основы и практика реализации: монография. - Челябинск: Челяб. гос. ун-т, 2007.
8. Федоров, А.В. Медиаобразование: история, теория и методика. - Ростов: ЦВВР, 2001.
9. Чельшева, И.В. Медиаобразование для родителей: освоение семейной медиаграмотности. - Таганрог: Изд-во ГТИ ЮФУ, 2008.

¹ Вартанова Е.Л. Колонка редактора // Медиа Тренды, 2010, 18 июня, № 8 (13).

УДК: 070
ББК: 76.02

Макаренко Е.Ю.

**ДЕТСКИЕ ИЛЛЮСТРИРОВАННЫЕ ЖУРНАЛЫ В УСЛОВИЯХ
ПОСТСОВЕТСКОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ**

Makarenko E.Yu.

**CHILDREN'S ILLUSTRATED MAGAZINES IN THE CONDITIONS
OF POST-SOVIET TRANSFORMATION**

Ключевые слова: детский журнал, первые иллюстрированные издания для детей, этапы становления детских журналов, развитие детской журналистики, эволюция типологической структуры, трансформация медиасреды, структурный метод исследования, постсоветская трансформация, периодизация.

Keywords: children's magazine, the first illustrated editions for children, the stages of the formation of children's magazines, the development of children's journalism, the evolution of the typological structure, the transformation of the media environment, the structural method of research, the post-Soviet transformation, the periodization.

Аннотация: актуальность исследования российских детских иллюстрированных журналов на различных этапах становления и развития обусловлена эволюцией их типологической структуры в условиях трансформации медиасреды. Первым отечественным детским журналом является «Детское чтение для сердца и разума» (1785-1789). Данное издание способствовало созданию российской детской журналистики и сформировало основу творческой деятельности многочисленных последователей, которыми являются даже современные отечественные детские журналы.

Целью нашего исследования является изучение эволюции типологической структуры российских детских иллюстрированных журналов в контексте современных процессов трансформации медиасреды. Цель определила задачи работы: изучение эмпирического материала по данной теме, представляющего собой многочисленные детские издания, относящиеся к разным историческим периодам, формирование соответствующих проведенному исследованию этапов развития детской периодики, рассмотрение контента и типологических характеристик детской периодики, реализация комплексного подхода в работе с важнейшими аспектами российских детских журналов в процессе трансформации медиареальности.

Основу методологии исследования составляет структурный подход, модернизациями которого являются структурно-функциональный, структурно-типологический, системно-синергетический подходы, а также метод линейной регрессии. Проблематика в гносеологическом контексте обусловлена значением комплексного подхода к изучению типологической структуры российских детских иллюстрированных журналов. Онтологическое противоречие предполагает несоответствие актуальности тематики и степени исследованности различных аспектов отечественной детской журналистики.

В процессе становления и развития детские журналы сформировались как особый тип издания различный по предметно-тематической, идеологической, политической, педагогической, коммерческой направленности, с разнообразием присущей им целевой, содержательной и оформительской дифференциации и стали доступны широкому кругу читателей. Медиаконтент преимущественно включает беллетристику, публицистику, научно-популярные, социально-политические, развлекательные и рекламные материалы. Теоретическое обоснование методологии исследования реализуется посредством общенаучного структурного метода, способствующего изучению эволюции российских детских иллюстрированных журналов, что позволило сделать вывод о процессе трансформации их типологической структуры и медиасреды в целом.

Abstract: the relevance of the study of Russian children's illustrated magazines at important

stages of the formation and development is due to the evolution of their typological structure in the context of media environment transformation. The first Russian children's magazine is «Children's Reading for the Heart and Mind» (1785-1789). This publication has caused the appearance of the formation of children's journalism and the emergence of numerous followers, which are even modern Russian children's magazines.

The purpose of our research is to study the evolution of the typological structure of Russian children's illustrated magazines in the context of media area transformation. The purpose defined the tasks of the work: the study of empirical material on the theme, which represents numerous Russian children's illustrated magazines, published in different periods; the development of periodization, corresponding to the conducted research; attention to the content and typological characteristics of children's periodicals; a comprehensive review of Russian children's magazines, with the most important aspects in the context of the processes of transformation of media reality.

The basis of the methodology is a structural method, the modernization of which is structural-functional, structural-typological and system-synergetic approaches, including the linear regression method. Problems in the gnoseological context are due to the importance of an integrated approach to the study of the typological structure of Russian children's illustrated magazines. Ontological contradiction presupposes a discrepancy between the relevance of the subject matter and the degree of research into the aspects of Russian children's journalism.

In the process of formation and development, children's illustrated magazines became available not only to the materially provided people, but to a much wider range of readers. Children's editions were formed as a type of periodical, differing from the point of view of subjects, ideological, political, pedagogical, educational and commercial tasks, as well as magazines differentiated by purpose, content, features of decoration, etc. The media content of most children's periodicals includes polite letters, journalism, popular science, socio-political, entertaining and promotional materials. The theoretical substantiation of the research methodology is realized through a general scientific structural method that facilitates the study of the evolution of Russian children's illustrated magazines, which allowed to draw a conclusion about the process of transformation of their typological structure and the media environment.

Обзор литературы

Отечественная детская журналистика исследована в работах П. Засодимского¹, И. Феоктистова², Н.В. Чехова³, М. Бекетовой⁴, В. Гофман⁵, А.П. Бабушкиной⁶, Н.В. Ильиной⁷, М.И. Холмова⁸, И.А. Руден-

ко⁹, М.И. Алексеевой¹⁰, Л.Н. Колесовой¹¹, О.А. Петровой¹², Н.Л. Кулаковой¹³. Актуальная информация по теме доступна благодаря материалам крупнейших библиотек

¹ Засодимский П. Очерк истории детской журналистики в России // Педагогический листок. – 1878. – № 3-4 – С. 163-219.

² Феоктистов И. Из истории детской журналистики в России // Воспитание и обучение. 1887. № 4-5 – С. 77-83, С. 118-121.

³ Чехов Н.В. Детская литература – М.: Изд-во «Польза» В. Антик и Ко., 1909. – С. 59-82.

⁴ Бекетова М. Очерк истории русской детской журналистики (1785-1855 гг.) // Материалы по истории русской детской литературы (1750-1855) / под ред. А. К. Покровской и Н. В. Чехова, Вып. 1. – М.: Издание ИМВР, 1927. – 310 с.

⁵ Гофман В. Старое и новое в детских журналах // Детская литература: критический сборник / под ред. А.В. Луначарского. – М.: Л.: ГИХЛ, 1931. – С. 182-208.

⁶ Бабушкина А.П. История русской детской литературы. – М.: Учпедгиз, 1948. – 480 с.

⁷ Ильина Н.В. Из истории детских журналов 20-30-х годов // Вопросы детской литературы. 1957 год. – М.: Детгиз, 1958. – С. 24-61.

⁸ Холмов М.И. Становление советской журналистики для детей. – Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1983. – 209 с.

⁹ Руденко И.А. Детская и юношеская пресса // Типология периодической печати / под ред. М.В. Шкондина и Л.Л. Реснянской. – М.: Аспект Пресс, 2009. – С. 188-203. – 238 с.

¹⁰ Алексеева М.И. Советские детские журналы 20-х годов / под ред. А.В. Западава. – М.: Изд-во МГУ, 1982. – 132 с.

¹¹ Колесова Л.Н. Детские журналы России (1785-1917): учеб.-метод. комплект; Петрозаводск: Изд-во ПетрГУ, 2014. – 260 с.

Колесова Л.Н. Детские журналы России (1917-2000): учеб.-метод. комплект; Петрозаводск: Изд-во ПетрГУ, 2015. – 315 с.

¹² Петрова О.А. Детская журналистика: учеб.-метод. пособие для студентов специальности «Журналистика». – Тюмень: Изд-во Тюменского гос. ун-та, 2007. – 104 с.

¹³ Кулакова Л.Н. Детские и подростковые периодические издания в структуре медиахолдингов.: автореферат дис. канд. филол. наук. – Екатеринбург, 2017. – С. 9.

России (Российская государственная библиотека, Российская национальная библиотека, Российская государственная детская библиотека и т.д.).

Зарубежные специалисты (Линдквист¹, Б. Хайнцерлинг², С. Джонс, П. Грегори, Л. Кервин³, Г. Ковбюрна, А. Боксер⁴, С. Джонс, Н. Мэннино, Д. Грин⁵, С. Джонс, А. Рейд⁶) преимущественно уделяют внимание исследованиям рекламы и маркетинга в контексте детских изданий.

Теоретическая значимость характеризуется наличием материалов, посвящённых малоизученным детским иллюстрированным журналам, появившиеся в результате работы новые сведения способствуют формированию цельной картины в контексте существующих концепций. Практическая значимость работы предполагает использование результатов исследования в научно-образовательном процессе. Преимущество исследовательских традиций определяется наличием различных отечественных и зарубежных публикаций, направленных на изучение отдельных аспектов темы статьи. Научная новизна состоит в использовании комплексного подхода к изучению эволюции типологической структуры российских детских иллюстрированных журналов в условиях трансформации медиасреды с привлечением обширного эмпирического материала.

¹ Lindquist J.D., Children's Attitudes Toward Advertising On Television and Radio and in Children's Magazines and Comic Books. *Advances in Consumer Research*, (W.L. Wilkie, ed.), 1978, pp. 407-412.

² Heinzerling B.A review of advertisements in children's magazines. *The journal of consumer education*, vol.10, 1992. pp.32-37.

³ Jones S.C., Gregory P. and Kervin L. Branded food references in children's magazines: "advertisements" are the tip of the iceberg. *Pediatric Obesity*, 2012, 7, pp. 220-229.

⁴ Cowburn G., Boxer A. Magazines for children and young people and the links to Internet food marketing: a review of the extent and type of food advertising. *Public Health Nutrition*, 2007, 10, pp.1024-1031.

⁵ Jones S.C., Mannino N. and Green J. "Like me, want me, buy me, eat me": relationship-building marketing communications in children's magazines. *Public Health Nutrition*, 2010, 13 (12), pp. 2111-2118.

⁶ Jones, S.C., Reid A. Children's magazines: reading resources or food marketing tools?. *Public Health Nutrition*, 2010, 13 (3), pp. 393-399.

Досюветские и советские детские издания

История отечественной детской журналистики начинается с появления первого журнала для подрастающего поколения «**Детское чтение для сердца и разума**» (1785-1789) известного издателя Н.И. Новикова. Журнал оказал значительное влияние на развитие детской литературы и журналистики, он соответствовал педагогическим, просветительским и демократическим тенденциям, включал не только произведения художественной литературы, но и публицистику, научно-познавательные и развлекательные материалы, которые неизменно отличались многожанровостью и политематичностью. Не менее значимым событием в истории детской журналистики является появление первого отечественного иллюстрированного журнала под названием «**Журнал для детей или Приятное и полезное чтение для образования ума и сердца: с картинками**»⁷ (1813-1815)⁸. Отдельно отметим значение формирования типологической структуры в зависимости от гендерных характеристик целевой аудитории, которое начало складываться в 40-е годы XIX века благодаря А. О. Ишимовой и её журналам для девочек «**Звёздочка**» (1842-1863), «**Лучи**» (1850-1860).

Вторая половина XIX и начало XX века традиционно считается периодом расцвета отечественной детской журналистики. Постепенно появляются детские журналы, которым присущи различия не только с точки зрения возраста, но и в общественно-политическом, педагогическом, эстетическом, тематическом контексте. Однако в первую очередь следует рассмотреть один из самых популярных журналов этого времени – «**Задуманное слово**» (1877-1918) М.О. Вольфа. «Почтовый ящик» «Задуманного слова» являлся, безусловно, новаторским для своего времени начинанием и представлял собой особую форму взаимо-

⁷ Осипов А. Старые детские журналы и альманахи // *Родник*. 1908. №5. С. 209-210.

⁸ Журнал выходил в 1813 СПб, ежемесячно, в 1815 было выпущено второе издание. Даты по: Вологина Е.В. Становление детской периодики в России: трансформация издательской модели: Автореф. дис. к. филол. наук / Краснодар, Кубанский государственный университет. – Краснодар, 2011. – 26 с.

действия редакции с читателями. Диаметрально противоположным развлекательной направленности «Задушевного слова» является журнал педагогов «**Детское чтение**» (1869-1918), который стал последователем традиций, сформированных благодаря его знаменитому предшественнику «Детское чтение для сердца и разума» (1785-1789) Н.И. Новикова. В то же время выходили журналы, дифференцированные согласно возрастным особенностям читателей «**Светлячок**» (1902–1918) и «**Игрушечка**» (1880-1912), они являлись специальными малышowymi изданиями. Журнал символистов «**Тропинка**» (1906-1912) находился на рубеже малышowego и младшего подросткового возраста, а «**Маяк**» (1909-1918), как издание толстовского направления, был адресован детям среднего и старшего возраста¹. Необычным и знаковым явлением для детской журналистики стало появление журнала нового типа «**Галчонок**» (1911-1913). По словам А. Радакова: «Тип журнала мне самому был неясен; ясно было только то, что надо было создать что-то совершенно противоположное всем этим «Задушевному словам», «Тропиночкам», «Светлячкам» и т.д., выходящим в то время»².

В результате проведенного исследования можно сделать выводы, что досоветские журналы имели визуальное сходство с книгами и газетами, так как особенности журнальной формы находились в процессе становления. Взаимосвязь типа издания и его оформления – не ярко выражена, однако материалы для маленьких детей содержат больше иллюстраций, а текст набран более крупным кеглем. Содержание для детей разного возраста также отличается по степени доступности, краткости и форме изложения. Особого внимания заслуживает взаимодействие редакции с юными читателями посредством переписки и внимание к пожеланиям и рекомендациям целевой аудитории. В целом количество детских периодических изданий в досоветский период значительно возросло, и сама журнальная фор-

ма активно развивалась. Сформировалась не только возрастная, но и гендерная направленность как отдельных материалов или приложений, так и самих изданий. Журналы для девочек включают, помимо контента общей направленности, узоры для вышивания, что указывает на их гендерную ориентированность. Важно отметить, что в основном детские журналы были доступны представителям обеспеченных слоёв населения, потому ориентировались на их интересы. Издания можно дифференцировать с точки зрения тематики, идейных, педагогических, просветительских характеристик, целевого назначения, коммерческих задач, особенностей художественного оформления и т.д. Основу содержания неизменно составляли беллетристика, публицистика, научно-популярные статьи и различные материалы развлекательной и юмористической направленности. В том числе читателей привлекали многочисленные «премии», конкурсы и подарки. Появились первые произведения в формате «с продолжением», которые публиковались частями с целью вызвать интерес читателей, покупающих в результате следующий номер. На страницах журналов размещались прообразы современных комиксов, которые впоследствии составят основу детского журнального контента.

Изменения общественно-политического характера советского периода оказали существенное влияние на детскую литературу и журналистику. Дифференциация изданий не только возрастная, но и территориальная, тематическая, эстетическая и т.д. Система детских СМИ формировалась совместно с пионерским движением, была связана с общественными организациями и характеризовалась наличием государственного значения. Всесоюзный руководящий пионерский журнал «**Пионер**» появился в 1924 года и выходит до сих пор. Детские издания продолжали выходить даже в годы Великой Отечественной войны («**Пионер**», «**Дружные ребята**», «**Мурзилка**», «**Костёр**»). Согласно результатам научно-исследовательских работ, выполненных при поддержке гранта Президента Российской Федерации в рамках проекта «Историческая память и формирование гражданской идентичности

¹ Зеленко Анна и Александр. В гостях у Сетон-Томпсона и его зверушек // Маяк. – 1913. – № 1. – С. 55-79.

² Радаков А. Как делался «Галчонок» // Детская литература. 1940. – №8. – С. 23-30.

в современной России»¹ основной контент «Мурзилки» советского периода был посвящен формированию читателей как граждан СССР. Юный читатель «Мурзилки» воспитывался как ответственный гражданин большого и дружного Советского Союза, он ставил интересы государства выше собственных, кроме того формировались классовое сознание, интернационализм, готовность к революционной борьбе.

Детские журналы постсоветского периода

Период постсоветской трансформации, начавшийся в последнее десятилетие XX века, характеризуется политическими и экономическими изменениями государственного устройства, которые инициировали возвращение капитализма, а также исчезновение комсомола и пионерии. Детская литература и журналистика столкнулись с многочисленными сложностями существования в рыночных условиях при отсутствии регулярной поддержки со стороны общественных и государственных организаций. Учредителем журнала чаще всего становился редакционный коллектив, который занимался самостоятельным поиском финансирования. Отмена цензуры и простота регистрации изданий начала 1990-х гг. обусловили постепенное увеличение числа детских журналов, которые отличались небольшим объемом, монотематичностью, ориентированностью на широкий круг читателей. Снижение интереса к чтению актуализирует роль детских журналов в контексте социализации подрастающего поколения.

Процессы глобализации и информатизации на современном этапе социокультурного развития и эволюции медиасистемы инициируют высокотехнологичность коммуникации, соответственно типологическая структура детских журналов в эпоху Интернета трансформируется, а медиаконтент существует в контексте клипового мышления, конвергенции, мультимедийности, интерактивности и гипертекстуальности. Разнонаправленность тенденций современной журналистики характеризуется наличием развития как традиционных печатных изда-

ний, так и онлайн-проектов полиформатной цифровой среды, которые неизменно привлекают внимание целевой аудитории.

Конвергенция, веб-интеграция и цифровизация модернизируют мультисервисную инфокоммуникационную систему, в то же время конфигурации взаимодействия составляющих информационного процесса активизируют формирование новых тенденций медиареальности, междисциплинарному исследованию которой способствует системность и синергетический подход.

Дифференциация по различным категориям характерна как для печатных изданий, так и в онлайн-среде сетевых медиапродуктов. Интернет-пространство предоставляет юному пользователю множество детских изданий, онлайн-версий печатной периодики, оригинальных проектов и т.д., однако с точки зрения исследования их классификация сложно осуществима в связи с отсутствием определённой направленности медиаконтента, вызванной стремлением привлечь наибольшее количество разных посетителей. Контент не всегда уникальный, разработанный непосредственно для сетевого издания, оформление также соответствует сформированному в сознании детей благодаря информационной поддержке и потому узнаваемому образу, которым является популярный медиабренд.

Интерактивность и мультимедийность проектов, разработанных специально для представления в сети Интернет, значительно превосходит онлайн-версии печатных изданий. Медиапространство на современном этапе позволяет объединить на базе общей технологической платформы не только разные виды СМИ, но и различный медиаконтент: вербальный, визуальный и аудиовизуальный, что даёт новые возможности популяризации детских медиапроектов. Успех сетевого издания обеспечивают яркий логотип, простая и удобная навигация, удобочитаемость, интуитивно понятный интерфейс, прелоадер, анонсы. Игровая форма представления актуальной достоверной информации, оригинальные персонажи, регулярно обновляемый медиаконтент, дифференциация материалов, единообразие оформления, наличие удобного поиска, контактов и обратной связи, а также минималь-

¹ Головашина О.В. Гражданин и государство в Советском Союзе. Лингво-когнитивное моделирование // *Fractal simulation*. – 2013. – № 1. – С. 41-55.

ное количество рекламных материалов приветствуются пользователями. Грамотно структурированный медиаконтент детского сетевого издания предполагает работу журналиста не только с текстами и графикой, часто используются видео-, фото- и аудиоматериалы, а также формируются гиперссылки. Сетевым СМИ присущи такие характеристики, как мультимедийность и интерактивность, что способствует представлению актуальной информации в знаковой форме и активному (онлайн) взаимодействию с юными Интернет-пользователями.

Модернизация медиасистемы в плане сетевых детских изданий по сравнению с печатными СМИ осуществляется благодаря наличию максимальных возможностей на фоне минимальных затрат, так как компьютерные программы позволяют легко усовершенствовать вербальную и визуальную структуру онлайн-издания, согласно рекомендациям и потребностям посетителей. Действительно, качественную модель с точки зрения вёрстки, композиции, макетирования, цветопередачи, шрифтовой архитектуры и акциденции, мультимедийных и интерактивных составляющих после разработки и согласования возможно моментально применить, что на практике осуществляется достаточно редко ввиду творческой деятельности коллектива сотрудников, не являющихся специалистами в данной области.

Типология, медиаконтент, структура детских печатных и электронных СМИ характеризуются преемственностью традиций с точки зрения наличия медиабренда в качестве основы контента, общих типоформирующих факторов, элементов композиции и идентификации. Издания социализируют и развивают творческие способности детей.

Социализация представителей подрастающего поколения может осуществляться исключительно посредством разработки актуального качественного медиаконтента, представленного в форме наиболее доступных, наглядных и профессиональных материалов, которые, благодаря поляризации и ангажированности авторов, способствуют освоению мира и информационного потенциала (знаний, ценностей, моделей поведения), достоверности информации, этичности и соответствуют информационным потреб-

ностям, создают в сознании объективную картину реальности.

Цифровое медиаизобилие в контексте детских изданий актуализирует проблемы, связанные с деятельностью непрофессиональных авторов (блогосфера, социальные сети) и виртуальной реальностью, которая не взаимосвязана с реальной действительностью, но заменяет её в сознании представителей детской аудитории. Развитие информационных технологий массовой коммуникации современной медиасреды инициирует возникновение понятия «медиапсихологии»¹, как новой парадигмы науки цифровой эпохи. Важно отметить, что «массовая коммуникация, способная конкурировать с родителями и педагогами по силе своих воздействий, погружает ребенка в особый медиамир, который живет по своим законам и в соответствии со своими ценностями».² В частности, И.Н. Карицкий подчёркивает, что «телевидение, Интернет, радио, журналы достаточно быстро становятся бесконтрольными со стороны взрослых», однако «средства массовой информации... сегодня не представляют желательных для общества образцов поведения, характера, мировоззрения...»³.

В контексте воздействия на подрастающее поколение, реклама характеризуется представлением материальных интересов производителей различных продуктов и услуг, рекламодателей и владельцев СМИ, и не соответствует социальным и личностным потребностям аудитории. Медиаконтент

¹ В коллективной монографии «Человек как субъект и объект медиапсихологии» даётся определение термина: «медиапсихология – это наука о формах осуществления нелокальных психических процессов в пространстве массовой коммуникации». Пронина Е.Е. Категории медиапсихологии: факты, феномены, фантомы // Человек как субъект и объект медиапсихологии. – МГУ имени М.В. Ломоносова / Ин-т человека; Изд-во Моск. ун-та Москва, 2011. – С. 113.

² Сорокина В.В. Детские игры и игрушки как форма массовой коммуникации. // Человек как субъект и объект медиапсихологии. – МГУ имени М.В. Ломоносова / Ин-т человека; Изд-во Моск. ун-та Москва, 2011. – С. 705.

³ Карицкий И.Н. Эпоха тотального господства СМИ: воспитание и саморазвитие – манипуляция и потребление? // Человек как субъект и объект медиапсихологии. – МГУ имени М.В. Ломоносова / Ин-т человека; Изд-во Моск. ун-та Москва, 2011. – С. 605.

становится основой психической жизни ребёнка, оказывает существенное влияние на формирование личности и социализацию подрастающего поколения. Медиамодел и образцы, создаваемые на основе финансовых интересов производителей информации, в результате представлены как основа общества, его потребностей и ценностей. Воспитанию как «процессу сознательной социализации» препятствует воздействие разнородной информации, в основном популяризирующей ложные потребности, потребительскую психологию, низкие формы чувственности и криминальные способы решения проблем.

Условия глобального общества и мощное влияние СМИ, игнорируемые инертным общественным сознанием, навязывают детям определённые формы псевдокультуры и существенно трансформируют психологическое окружение ребёнка. Этические и эстетические нормы постепенно размываются, так как современные медиапродукты и детские товары развивают вкус к «деструктивной демонической антиэстетике», которая становится нормой массового детского сознания, а глобальные коммерческие структуры получают прибыль благодаря увлечениям детям, их интересы становятся объектом манипуляции. Актуализируются экспертиза и контроль качества информационной продукции для детей. В контексте книжных и журнальных изданий для детей и подростков регламентируется: печать текста на цветном, сером фоне, и многокрасочных изображениях, площадь и количество иллюстраций, подписи под ними, многоколонный набор и объём текста, выворотка, гарнитура и начертание шрифта, интерлиньяж, поля и т.д. Однако оформление онлайн-изданий с точки зрения размерных характеристик, пробельных, шрифтовых, декоративных и изобразительных элементов не регламентировано, а существующие требования не всегда принимаются во внимание, хотя от их соблюдения зависит здоровье подрастающего поколения.

Согласно данным отраслевого доклада «Российская полиграфия. Состояние, тенденции и перспективы развития» Федерального агентства по печати и массовым ком-

муникациям (2017), аудиторию «бумажной» прессы привлекают сайты, что в результате стимулирует традиционные СМИ к цифровой трансформации. PwC (PricewaterhouseCoopers) прогнозирует, что выручка от продаж цифровых версий журналов массового спроса вырастет с 51 млн. долл. (в 2016 году) до 73 млн. долл. (в 2021 году) при совокупном среднегодовом темпе роста на уровне 7,5% («Всемирный обзор индустрии развлечений и СМИ: прогноз на 2017–2021 годы. Ключевые тенденции мирового и российского рынков»). Отмечаются глобальная тенденция цифровизации медиасреды, а рекламный контент обеспечивает монетизацию в контексте изданий как печатного, так и цифрового формата. Однако, согласно данным PwC, в 2017 году совокупная выручка российских журналов составит 568 млн. долл., к 2021 году достигнет 619 млн. долл. при совокупном среднегодовом темпе роста на уровне 2,2%. Сегмент детских журналов остается перспективным, в частности, известные международные медиахолдинги выпускают детскую периодику (подробно исследованы в работах Н. Л. Кулаковой): ИД «DeAgostini», ИД «Бурда», «Джи Фаббри Эдишнз», «Грунер+Яр», «Маршалл Кавендиш», ИД «Толока», ИД «Познайко», ИД «Траско», «Эгмонт Россия», издательство «Эдипресс-конлига». Кроме того, существуют крупные российские книжные издательства: ИД «АБФ», ИД «АСТ» («Астрель»), ИД «Дрофа», ИД «Звонница МГ», ИД «Карпуз», ИДК «Медиа» (ранее – «Комикс»), ИД «Мозаика-синтез», ИД «Молодая гвардия», ИД «Розовый слон».

Количество зарубежных проектов на российском медиарынке постепенно сокращается, в частности, издательство, которое занимает более 70% рынка детской периодической печати, «Эгмонт Россия», полностью перешло под контроль российских акционеров. Согласно данным официального сайта, «Эгмонт Россия» является лицензиатом The Walt Disney Company, Mattel, Warner Bros., Hasbro, Rainbow, однако предлагает юным читателям не только популярные зарубежные детские журналы на русском языке, но и собственные разработки, например развивающие журналы «Лунтик»,

«Смешарики», «Маша и Медведь» (локальные права). Согласно закону о СМИ, с 2016 года доля иностранного владения в медиахолдинге не должна превышать 20%. В результате датская компания решила выйти из российского бизнеса. Данное решение было обусловлено необходимостью создания промежуточной компании (с целью вывода журнального бизнеса в отдельное юридическое лицо, что означало потерю контроля и противоречило бизнес-принципам компании), кризисными условиями и «негативным отношением к российской политике». Таким образом, появившиеся законодательные ограничения на иностранный капитал в СМИ и кризис на издательском рынке¹ привели к тому, что датский медиахолдинг «Интернешнл Эгмонт Холдинг» продал 100% акций детского издательства «Эгмонт Россия». «Эгмонт» стал независимым с 1 февраля 2017 года, был осуществлен переход с датских серверов на российские, а в 2018 году планируется сменить название.

Интерес детей неизменно вызывают популярные иностранные бренды и персонажи, однако положительной тенденцией является интерес к успешным российским проектам «Маша и Медведь», «Лунтик», «Смешарики»². «Вестник лицензионного рынка» выделил Топ-50 брендов по запросам на собственном ресурсе во втором полугодии 2017 года. Данный рейтинг популярности, выстроенный по числу запросов в поисковой системе Wordstat Yandex (статистика поисковых запросов Яндекса) с июня по ноябрь этого года.

В том числе был составлен рейтинг лицензий с самыми популярными официальными каналами на российском YouTube. Такие проекты, как «Маша и Медведь», «Лунтик», «Смешарики» вошли в Топ-50.

Лидирует «Маша и Медведь»: 25,45 млн. запросов на Яндексе (июнь-ноябрь 2017 года), «Лунтик» занимает пятое место: 14,04 млн запросов на Яндексе (июнь-ноябрь 2017 года), а «Смешарики» на восемнадцатом месте: 8,25 млн. запросов на Яндексе (июнь-ноябрь 2017 года). Лицензии с самыми популярными каналами на российском YouTube «Маша и Медведь»: 12,3 млн подписчиков YouTube-канала, «Лунтик»: 2,5 млн. подписчиков YouTube-канала, «Смешарики»: 1,5 млн. подписчиков YouTube-канала³.

Недавно стало известно, что группа компаний «Рики» и студия компьютерной анимации «Петербург», при поддержке и по инициативе Министерства финансов Российской Федерации, запускает проект «Азбука финансовой грамотности со Смешариками»⁴. «Смешарики» помогут детям научиться объективно оценивать финансовые возможности, совершать выбор, прогнозировать последствия решений и нести ответственность за свои поступки. В образовательную программу будут включены такие понятия, как доходы, расходы и личные сбережения, дети узнают базовые принципы планирования бюджета и создания накоплений, смогут понять основы финансовой безопасности, страхования, кредитования и инвестирования, освоить азы финансовой арифметики и прав потребителей.

По данным NPD⁵, доля рынка лицензионных игрушек в Европе, Австралии и США увеличивается на протяжении последних десяти лет, в том числе предполагается, что тренд будет сохраняться и на российском рынке. Дети в нашей стране любят и знают персонажей таких отечественных мультфильмов, как «Фиксики», «Смешарики», «Маша и Медведь» и др., однако игрушки на основе зарубежных про-

¹ По данным Роспечати, в 2015 году падение тиражей в сегменте детских, развлекательных и женских журналов составило 5-10%, суммарный проданный тираж упал до 1,36 млрд экземпляров, или на 15%.

Макарова Е. Неладно что-то в детском королевстве // «Газета Коммерсантъ» (размещено на сайте <https://www.kommersant.ru/doc/3219930> 16.02.2017)

² Арзуманова В. Licensing World Russia 2017. День первый // Вестник лицензионного рынка (размещено на сайте <http://licensingrussia.ru/post/4635> 01.03.2017)

³ Олесик Е. ТОП-50 самых популярных брендов по данным Яндекс.Вордстат // Вестник лицензионного рынка» (размещено на сайте <http://licensingrussia.ru/post/5398> 18.12.2017)

⁴ Группа компаний «Рики» ГК «Рики» запускает проект «Азбука финансовой грамотности со Смешариками» (размещено на сайте <http://www.licensingrussia.ru/post/5480> 01.02.2018)

⁵ Компания 0+Media «Сказочное» импортозамещение (размещено на сайте <http://www.licensingrussia.ru/post/5462> 25.01.2018)

ектов традиционно демонстрировали более высокие результаты продаж. Показательно, что средняя цена игрушки, связанной с популярным персонажем (журнал, мультфильм или компьютерная игра) на 23% выше средней, однако данное обстоятельство не препятствует росту интереса к игрушкам с «историей», с поддержкой в виде контента печатных СМИ, на ТВ или в Интернет-канале. Безусловно, положительный новый тренд можно отметить по итогам недавнего предпраздничного «высокого сезона»: желанными новогодними подарками и лидерами рейтинга становятся игрушки, выпущенные по отечественной лицензии.

Проведённое исследование позволяет сделать вывод, что целостность медиасистемы в контексте детской журналистики представляет собой единый интегративный результат, основанный на взаимодействии её компонентов (подсистем) и связанный с публичностью. В процессе работы нами были определены этапы развития российских детских иллюстрированных журналов с точки зрения эволюции типологической структуры в условиях трансформации медиасреды и отмечено сходство таких основных типов печатных изданий для детей досоветского периода, как газеты, журналы и

книги. В процессе развития детской периодики сформировались издания, ориентированные на дифференцированную целевую аудиторию, потребности которой обусловили вербальный и визуальный контент детских журналов.

Важно отметить такие популярные методы взаимодействия с читателем досоветской, советской и, особенно, постсоветской детской периодики, как переписка, привлечение внимания с помощью конкурсов, подарков и рекламных приложений. Отдельно подчеркнём популярность формата «история с продолжением», который приносит успех большинству постсоветских детских журналов, так как умело поддерживается интерес аудитории к последующим номерам. Для постсоветского этапа характерно объединение «истории с продолжением» с особой формой художественного повествования «комикс» (создаётся новый поликодовый текст благодаря гармоничному единству графической и вербальной составляющих), которая посредством максимально возможной визуализации материала превращает любой контент в наиболее краткий, ясный и доступный для детского восприятия.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Вестник лицензионного рынка. – URL: <http://www.licensingrussia.ru/>
2. Газета Коммерсантъ. – URL: <https://www.kommersant.ru/>
3. Бабушкина, А.П. История русской детской литературы. - М.: Учпедгиз, 1948. – 480 с.
4. Бекетова, М. Очерк истории русской детской журналистики (1785-1855 гг.) // Материалы по истории русской детской литературы (1750-1855) / под ред. А. К. Покровской и Н.В. Чехова. Вып. 1. - М.: Издание ИМВР, 1927. – 310 с.
5. Вологина, Е.В. Становление детской периодики в России: трансформация издательской модели: автореф. дис. ... к. филол. наук / Краснодар, Кубанский государственный университет. - Краснодар, 2011. – 26 с.
6. Головашина, О.В. Гражданин и государство в Советском Союзе. Лингвокогнитивное моделирование // Fractal simulation. - 2013. - № 1. – С. 41-55.
7. Гофман, В. Старое и новое в детских журналах // Детская литература: критический сборник / под ред. А.В. Луначарского. - М.: Л.: ГИХЛ, 1931. – С. 182-208.
8. Засодимский, П. Очерк истории детской журналистики в России // Педагогический листок. - 1878. - № 3-4. – С. 163-219.
9. Зеленко, Анна и Александр. В гостях у Сетон-Томпсона и его зверушек // Маяк. - 1913. - № 1. – С. 55-79.
10. Ильина, Н.В. Из истории детских журналов 20-30-х годов // Вопросы детской литературы. 1957 год. - М.: Детгиз, 1958. – С. 24-61.
11. Карицкий, И.Н. Эпоха тотального господства СМИ: воспитание и саморазвитие – манипуляция и потребление? // Человек как субъект и объект медиапсихологии. МГУ имени

М.В. Ломоносова / Ин-т человека. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2011. – С. 605.

12. Колесова, Л.Н. Детские журналы России (1785-1917): учеб.-метод. Комплект. - Петрозаводск: Изд-во ПетрГУ, 2014. – 260 с.

13. Колесова, Л.Н. Детские журналы России (1917-2000): учеб.-метод. Комплект. - Петрозаводск: Изд-во ПетрГУ, 2015. – 315 с.

14. Кулакова, Л.Н. Детские и подростковые периодические издания в структуре медиахолдингов.: автореферат дис. ... канд. филол наук. – Екатеринбург, 2017. – С 9.

15. Алексеева М.И. Советские детские журналы 20-х годов / под ред. А.В. Западова. - М.: Изд-во МГУ, 1982. – 132 с.

16. Осипов, А. Старые детские журналы и альманах // Родник. - 1908. - №5. – С. 209-210.

17. Петрова, О.А. Детская журналистика: учеб.-метод. пособие для студентов специальности «Журналистика». - Тюмень: Изд-во Тюменского гос. ун-та, 2007. – 104 с.

18. Пронина, Е.Е. Категории медиапсихологии: факты, феномены, фантомы // Человек как субъект и объект медиапсихологии. МГУ имени М.В. Ломоносова / Ин-т человека. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2011. – С. 113.

19. Радаков, А. Как делался «Галчонок» // Детская литература. - 1940. - №8. – С. 23-30.

20. Руденко, И.А. Детская и юношеская пресса // Типология периодической печати / под ред. М.В. Шкондина и Л.Л. Реснянской. - М.: Аспект Пресс, 2009. – С. 188-203. - 238 с.

21. Сорокина, В.В. Детские игры и игрушки как форма массовой коммуникации. // Человек как субъект и объект медиапсихологии. МГУ имени М.В. Ломоносова / Ин-т человека. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2011. – С. 705.

22. Феоктистов, И. Из истории детской журналистики в России // Воспитание и обучение. - 1887. - № 4-5. - С.77-83. – С.118-121.

23. Холмов, М.И. Становление советской журналистики для детей. - Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1983. – 209 с.

24. Чехов, Н.В. Детская литература. - М.: Изд-во «Польза» В. Антикъ и К^о.,1909. – С. 59-82.

25. Cowburn, G., Boxer, A. Magazines for children and young people and the links to Internet food marketing: a review of the extent and type of food advertising. Public Health Nutrition, 10, pp.1024-1031.

26. Heinzerling, B. A review of advertisements in children's magazines. The journal of consumer education, vol.10, 1992. pp. 32-37.

27. Jones, S.C., Gregory, P. and Kervin L. Branded food references in children's magazines: "advertisements" are the tip of the iceberg. Pediatric Obesity, 2012, 7, pp. 220-229.

28. Jones, S.C., Mannino, N. and Green J. "Like me, want me, buy me, eat me": relationship-building marketing communications in children's magazines. Public Health Nutrition, 13 (12), pp. 2111-2118.

29. Jones, S.C., Reid, A. Children's magazines: reading resources or food marketing tools?. Public Health Nutrition, 2010, 13 (3), pp. 393-399.

30. Lindquist, J.D., Children's Attitudes Toward Advertising On Television and Radio and in Children's Magazines and Comic Books. Advances in Consumer Research, (W.L. Wilkie, ed.), 1978, pp. 407-412.

УДК: 070.41

ББК: 76.02

Скибина О.М.

**ИРОНИЧЕСКИЙ ЗАГОЛОВОК КАК СРЕДСТВО ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ
В ЖУРНАЛИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ ГАЗЕТ)**

Skibina O.M.

**IRONIC HEADING AS A MEANS OF EXPRESSION IN JOURNALISTIC ACTIVITY
(ON THE EXAMPLE OF REGIONAL NEWSPAPERS)**

Ключевые слова: ирония, сатира, сарказм, иронический заголовок, тематическая доминанта, текст, фельетон, интертекстуальная игра, журналистская деятельность, региональная пресса.

Keywords: irony, satire, sarcasm, ironic title, thematic dominant, text, feuilleton, intertextual game, journalistic activity, regional press.

Аннотация: в статье рассматривается иронический заголовок как средство выразительности в журналистской деятельности на примере региональной прессы. Все больше журналистских текстов, создающихся в наше время, «заряжены» юмористической, комической или саркастической иронией. Ирония становится все более характерной чертой журналистского мышления, а иронический аспект в современной журналистике начинает занимать особое место. Заголовок привлекает читателей к тексту, фокусирует их внимание на смысловой тематической доминанте. Он характеризует смысловую собирательность, тематическую необозримость и широту публикации, выступая своеобразным конспектом содержания публикации.

Abstract: the article deals with the ironic title as a means of expressiveness in journalistic activity on the example of the regional press. More and more journalistic texts created in our time are "charged" with humorous, comic or sarcastic irony. Irony is becoming an increasingly characteristic feature of journalistic thinking, and the ironic aspect in modern journalism is beginning to take a special place. The title attracts readers to the text, focuses their attention on the semantic thematic dominant. He characterizes the semantic collectivity, thematic neobozrimost and breadth of publication, acting as a kind of summary of the content.

На данный момент не существует единого подхода к пониманию такого многогранного и сложного явления, как ирония, что связано как с неоднозначностью смысловых трактовок, вкладываемых в сам термин, так и с отсутствием чёткого определения самого понятия иронии. Понятие *εἰρωνία* [eigo], изначально определявшееся как «говорить», «говорю», подверглось осмыслению и со временем стало пониматься как *εἰρωνεία* – «притворство», «ложь», «обман», преимущественно в негативном ключе. Но здесь следует провести границу между схожими понятиями: «ложь стремится к сокрытию истины, маскировке имеющихся противоречий и несоответствий»¹, в то

время как ирония ставит своей целью разоблачение лжи. По выражению А.Ф. Лосева, ирония «в отличие от обмана не просто скрывает истину, но и выражает её, только особым индизонимическим образом»². Выведение иронии на мировоззренческий уровень обусловлено ролью создания в процессе отражения реальности, протекающей в условиях противоречий между позицией индивида и окружающим миром. Ироническая позиция говорящего представляет собой средство обособления личности от общества и, одновременно, способ выражения пристрастности, скептического отношения говорящего к миру. В некоторых современных исследованиях ирония рас-

¹ Коновалова, О.А. Ирония как атрибут культуры постмодерна: Философский анализ: автореф. дис... канд. филос. наук. - Кемерово, 2005. С. 3.

² Лосев, А.Ф., Шестаков, В.П. История эстетических категорий [текст] / А.Ф. Лосев, В.П. Шестаков. - М.: Искусство, 1964. С. 12.

сматривается в качестве особого культурологического концепта с определённой лингвистической, культурно-исторической, психологической составляющей.

Новый виток активизации иронии и сатиры в российской журналистике 2010-х годов связан и с усилением оппозиционных настроений в обществе. С началом нового десятилетия наступила «эпоха разочарований», которая характеризуется озлоблением смеха, его радикализацией, политизацией. В период 2009-2011 годов произошел новый всплеск ироничной и сатирической журналистики. 27 января 2009 года появился первый рифмованный фельетон Дмитрия Быкова в «Новой газете». Всего через два дня – первое «Письмо президенту» Александра Минкина в «Московском комсомольце», в котором объектом критики являются первые лица государства. В марте на страницах того же «МК» появилась авторская рубрика Юлии Калининой «Жизнь глазами домохозяйки». В октябре 2009-го года Леонид Каганов стал писать фельетоны в стихах для «F5». В 2010 году Михаил Задорнов выступил в роли журналиста «МК». В 2011 году Виктор Коклюшкин стал писать публицистику для «АиФ». Таким образом, в эти три года наблюдалась активизация роли сатириков и юмористов в федеральной периодической прессе. Мы сознательно выбрали для анализа прессу до 2015 года, понимая, что за последние три года расставленные акценты сместились, и это обстоятельство требует нового осмысления.

В эти годы потребительский и общественный спрос на комическое, остроумное, смешное из федеральной прессы проник и на региональный уровень (в особенности, в оренбургскую прессу). На авансцену оренбургской региональной газетной периодики выходят остроумные ироничные тексты Дмитрия Урбановича в газете «Оренбургская неделя» и реплики-новости в радиопередаче «Урбановости» на радиостанции «Эхо Москвы в Оренбурге». В Орске набирает популярность иронично-сатирические фельетоны и тексты Константина Мазуренко в газете «Орская хроника». Большинство оренбургских изданий ещё не в полной мере воспользовались возникшим «трендом на юмор» для привлечения читательской ауди-

тории, но ведущие периодические печатные издания уже сейчас дают волю иронии на уровне заголовков материалов.

На территории Оренбургской области по состоянию на 31 марта 2013 года по данным территориального управления Роскомнадзора зарегистрировано 458 средств массовой информации (279 печатных изданий: из них 202 газеты, 72 журнала, два справочника, два сборника и один альманах)¹. Большая часть газет – районные информационные издания с малым тиражом. По-настоящему крупных игроков на рынке оренбургской печатной периодики (тираж 10 тыс. экземпляров и более) немного. В основной своей массе – это федеральная газетная пресса с региональной вкладкой («АиФ в Оренбурге», «МК в Оренбурге»), областные газеты («Южный Урал», «Оренбуржье») и городские («Оренбургская неделя», «Орская хроника»). Из этих периодических средств массовой информации мы отобрали три, в которых, на наш взгляд, отчетливо присутствуют искомые нами речевые средства иронии (иронические высказывания).

Первое издание – газета «Орская хроника». Издаётся в городе Орск периодичностью 4-5 раз в неделю (вторник, среда, четверг, пятница, суббота) заявленным тиражом в 16400 экз. (среда – 25 тыс. экз.). Учредитель ООО «Хроника», главным редактором издания является Леонид Иванович Захаров. Газета «Орская хроника»² является правопреемницей городской газеты, которая начала выходить в январе 1918 года. Газета известна в области своей сатирической направленностью, в особенности, благодаря рубрикам «Сатирическим пером» (в которой публикуются новости города Дырска), «Карикатуры».

Газета «Южный Урал» издаётся в Оренбурге 2 раза в неделю (среда, пятница) заявленным тиражом в 27 000 экз. Формат газеты А3. Учредителями газеты выступают Законодательное Собрание Оренбургской

¹ Портал правительства Оренбургской области. [Электронный ресурс] // URL: <http://www.orenburg-gov.ru> (дата обращения 14.05.2014)

² Сайт газеты «Орская хроника» [Электронный ресурс] // URL: www.hron.ru (дата обращения 24.04.2014)

области, Федерация профсоюзов области, Агропромышленный союз области, Ассоциация муниципальных образований области, ЗАО «Редакция газеты «Южный Урал». Главный редактор до 2015 года - Владимир Иванович Никитин.

Газета «Оренбургская неделя» издаётся в Оренбурге 1 раз в неделю (среда) заявленным тиражом в 25 000 экземпляров (5 тыс. печатный – 20 тыс. электронный). Учредителем выступает ООО «Издательский дом «Оренбургская неделя», генеральный директор до 2016 года – Вячеслав Геннадьевич Моисеев¹.

Для полноты и целостности исследования были установлены количественно-временные рамки отбора номеров газет (период исследования – с января 2012 года по апрель 2014 года). Выбор данных временных промежутков обусловлен стремлением рассмотреть динамику развития указанных изданий в момент перемен в российской политической и социальной жизни (многократные массовые политические выступления граждан России по вопросу результатов выборов в Государственную думу VI созыва 4 декабря 2011 года и выборов Президента России, состоявшихся 4 марта 2012 года). Методом случайной выборки нами был сформирован массив исследуемых изданий, в который вошло по 2 номера газеты в месяц (в случае с газетой «Орская хроника» мы опирались на материалы, предоставляемые изданием на своём официальном сайте).

В итоге для анализа событийной информации были взяты 56 номеров газет «Южный Урал» и «Оренбургская неделя» – в общей массе 112 номеров. К этому количеству добавим количество архивных материалов, размещённых на сайте газеты «Орская хроника». Так как газета ежедневная, мы взяли по 5 номеров газеты в месяц – 140 архивных номеров. Всего материалов, соответствующих тематике исследования, было проанализировано 203: 87 материалов – газета «ЮУ», 82 материала – газета «ОХ», 34 материала – газета «ОН» (следует отметить, что в список вошли не только матери-

алы, содержащие преимущественно ироничный текст, но и тексты, содержащие ироничный заголовок).

Прием создания иронических высказываний или языковой игры активно применяется при составлении статей и заголовков в современной прессе. Иронический смысл одних заглавий легко улавливается читателями без детального ознакомления с содержанием материала, подтекст некоторых других раскрывается лишь после прочтения и тщательного осмысления всего текста. При этом практически универсальным средством создания иронического заголовка являются такие стилевые фигуры речи, как метафора, сравнение, аллюзия, игра слов. Языковая игра в тексте превращается в эффективный инструмент воздействия на потенциального читателя. Вовлечение его в диалог через языковую игру считается основным средством привлечения и активизации внимания.

Например, одна из статей в газете «ЮУ» носит название «*«Великан» угодил в финансовую яму»*² и повествует о текущем положении дома культуры «Великан», который не может открыться по причине недостатка финансирования. Эффект иронии здесь достигается за счёт каламбура – игры слов, при переплетении прямого «Великан – название ДК» и переносного «великан - человекоподобное существо огромных размеров» значений слова. За счёт олицетворения, переноса свойства живого объекта на неживое, достигается комический эффект.

Заголовок статьи «*ФАС на яйца»*³, главной темой которого является ценообразование на куриные яйца, также удачно строится на омонимичном каламбуре. В данном случае аббревиатура Федеральной антимонопольной службы – ФАС (занимающейся регулированием цен на рынке), созвучно с командой, которую применяют при дрессировке собак. Здесь заголовок точно передаёт ситуацию происходящего:

² «Великан» угодил в финансовую яму / газета «Южный Урал» [Электронный ресурс] // URL: <http://uralpressa.ru/news?doc=7743> (дата обращения 14.05.2014)

³ ФАС на яйца / газета «Южный Урал» [Электронный ресурс] // URL: <http://uralpressa.ru/news?doc=7624> (дата обращения 14.05.2014)

¹ Сайт газеты «Оренбургская неделя» [Электронный ресурс] // URL: <http://onlineon.ru/> (дата обращения 22.04.2014)

по причине резкого роста цен на яйца в процесс ценорегулирования был вынужден вмешаться заместитель министра ФАС по области Маслов.

Заголовок *«Долги нарасхват»*¹ строится на языковом парадоксе. В большой статье автор рассматривает одну из серьёзных экономических тем – высокорисковых потребительских кредитов. Название статьи ярко говорит о содержании всего текста. Здесь проявляется эффект оксюморона – слияние контрастных значений «долги» и «нарасхват». Иронический подтекст возникает от контраста ситуации и слова. Хотя слова и не приобретают противоположное значение, однако интуитивно чувствуется ирония (ассоциативное мышление со словом «долг» - денежное обязательство, которое кредитор передаёт заёмщику с условием их возврата в будущем и выплаты вознаграждения и «нарасхват» – пользующийся повышенным спросом). Оксюморон-предложение нарушает логику, его ироничность объясняется тем, что мало кто из людей будет заниматься заёмными операциями без нужды.

Достаточно часто ироничный эффект в заголовках достигается посредством комического изменения слова или устойчивого словосочетания. Приведём ряд заголовков: *«От увеличения порций сумма не меняется»*², *«Лес рубят - деньги летят»*³, *«Не ленись наш брат – и козлом не будешь»*⁴. Это одно из наиболее распространённых видов каламбура, который придаёт устойчивому высказыванию новый смысл, зачастую противоположный. Но для понимания этой игры слов необходимо воспринять его

¹ Долги нарасхват / газета «Южный Урал» [Электронный ресурс] // URL: <http://uralpressa.ru/news?doc=6190> (дата обращения 14.05.2014)

² От увеличения порций сумма не меняется / газета «Южный Урал» [Электронный ресурс] // URL: <http://uralpressa.ru/news?doc=7689> (дата обращения 14.05.2014)

³ Лес рубят - деньги летят / газета «Южный Урал» [Электронный ресурс] // URL: <http://uralpressa.ru/news?doc=6361> (дата обращения 14.05.2014)

⁴ Не ленись наш брат – и козлом не будешь / газета «Южный Урал» [Электронный ресурс] // URL: <http://uralpressa.ru/news?doc=6557> (дата обращения 14.05.2014)

эстетико-эмоциональный заряд, при этом заранее зная исходную форму выражения.

Заголовок *«От увеличения порций сумма не меняется»* образовался на базовом арифметическом правиле – «от перемены мест слагаемых сумма не меняется». В тексте речь идёт об инициативе депутатов Государственной Думы РФ внести поправки в Трудовой кодекс РФ, который бы позволил россиянам получать заработную плату не два раза в месяц, как прописано в 136-й статье Трудового кодекса, а четыре. Заголовок статьи не только отчётливо передаёт суть законопроекта, но и не входит в противоречие с первоисточником – математической аксиомой.

Следующий заголовок *«Лес рубят - деньги летят»* строится на русской народной пословице *«лес рубят – щепки летят»*. В тексте речь идёт о завершении следствия бывшего руководителя государственного учреждения «Илекское лесничество», которому инкриминируют мошенничество и превышение должностных полномочий, причинивших вред государственной казне на сумму более 200 тысяч рублей. Здесь заголовок трактуется буквально, вырубка леса принесла злоумышленнику крупную денежную прибыль.

Заголовок статьи, посвящённой международному женскому дню *«Не ленись наш брат – и козлом не будешь»*, рассказывает о гендерной роли труда в жизни мужчин и женщин в исторической перспективе. Он строится на принципе трансформации устойчивого выражения из русской народной сказки «Сестрица Алёнушка и братец Иванушка»: *«Не пей, братец, козленочком станешь»*. Комический эффект здесь достаётся за счёт заложенного в заглавии мгновенного перепада двух смыслов, дающих взрывной эффект неожиданности, сначала вызывающий замешательство, а затем осознание иронии.

Газета «Орская хроника» также достаточно часто пользуется приёмом каламбура для создания языковой игры в заголовках. Большинство ироничных заголовков обыгрывает известную нам поговорку, цитату или выражение-клише. Заголовок фельетонного текста *«Светлаков в конце тонне-*

ля»¹, рассказывающий о навязываемых банковскими учреждениями кредитах посредством использования в рекламе медийных персон, строится на удачном использовании ряда приёмов, таких как омофонные лексические элементы в тексте (звуковое сходство фамилии «Светлаков» и слова «свет», является причиной коммуникативного сбоя, в данный момент дискредитации подвергается медийная персона). Кроме того, здесь мы видим удачное обыгрывание выражения «свет в конце тоннеля», посредством которого появляется новое ироничное высказывание, второй план (подтекст) которого отсылает к тому, что плакаты с банковской рекламой будут беспокоить ещё и в загробной жизни.

Следующий газетный материал носит название «*В России две беды – климат и население*»² и повествует о сложившейся коммунальной ситуации в Орске. Автор берёт известное всем апокрифическое высказывание «*У России две беды – дураки и дороги*» (приписываемые Гоголю, реже Карамзину и М.Е. Салтыкову-Щедрину) и трансформирует его до нового высказывания, более подходящего ему. За счёт нового смысла образуется новый подтекст, но в то же время сохраняется старая ассоциативная единица. Тем самым автор придаёт своему тексту ещё и второй скрытый подтекст.

Приведём ещё ряд ироничных заголовков, вызывающих эффект каламбура: «*А аттестаторы кто!*»³, «*Доживем до среднего класса?*»⁴, «*Россия в свете лучины*»⁵, «*Болотная с видом на майдан*»⁶,

«*НеУГОмонные*»⁷, «*Крым: сладкий вкус солидарности*»⁸, «*Пошлем Мавроди на три буквы!*»⁹, «*Во поле Береза стоял...*»¹⁰, «*Муниципальный элемент*»¹¹, «*Предвыборные записки Электората Голосуева: «Ку!» шесть раз*»¹², «*Огурцы умирают лежа*»¹³, «*Ночная жизнь Орск-Вегаса*»¹⁴, «*Осваивали раньше целину, а теперь бюджеты*»¹⁵, «*Не лишайте отчан стабильного орчания!*»¹⁶.

В одних заголовках ироничный эффект замечен сразу, даже без предварительной расшифровки. Это свойство присуще почти всем «игривым» фельетонным заго-

14.05.2014)

⁶ Болотная с видом на майдан / газета «Южный Урал» [Электронный ресурс] // URL: <http://uralpressa.ru/news?doc=7810> (дата обращения 14.05.2014)

⁷ НеУГОмонные / газета «Южный Урал» [Электронный ресурс] // URL: <http://uralpressa.ru/news?doc=6753> (дата обращения 14.05.2014)

⁸ Крым: сладкий вкус солидарности / газета «Южный Урал» [Электронный ресурс] // URL: <http://uralpressa.ru/news?doc=7821> (дата обращения 14.05.2014)

⁹ Пошлем Мавроди на три буквы! / газета «Оренбургская неделя» [Электронный ресурс] // URL: <http://www.onlineon.ru/2012-05-08/article/5181/> (дата обращения 12.05.2014)

¹⁰ Во поле Береза стоял... / газета «Оренбургская неделя» [Электронный ресурс] // URL: <http://www.onlineon.ru/2013-03-26/article/7873/> (дата обращения 12.05.2014)

¹¹ Муниципальный элемент / газета «Оренбургская неделя» [Электронный ресурс] // URL: <http://www.onlineon.ru/2013-09-27/article/9459/> (дата обращения 12.05.2014)

¹² Предвыборные записки Электората Голосуева: «Ку!» шесть раз / газета «Оренбургская неделя» [Электронный ресурс] // URL: <http://www.onlineon.ru/2013-07-22/article/8909/> (дата обращения 12.05.2014)

¹³ Огурцы умирают лежа / газета «Оренбургская неделя» [Электронный ресурс] // URL: <http://www.onlineon.ru/2013-06-26/article/8640/> (дата обращения 12.05.2014)

¹⁴ Ночная жизнь Орск-Вегаса / газета «Орская хроника» [Электронный ресурс] // URL: <http://www.hron.ru/?content=statya&t=39087> (дата обращения 14.05.2014)

¹⁵ Осваивали раньше целину, а теперь бюджеты / газета «Орская хроника» [Электронный ресурс] // URL: <http://www.hron.ru/?content=statya&t=39791> (дата обращения 14.05.2014)

¹⁶ Не лишайте отчан стабильного орчания! / газета «Орская хроника» [Электронный ресурс] // URL: <http://www.hron.ru/?content=statya&t=39940> (дата обращения 14.05.2014)

¹ Светлаков в конце тоннеля / газета «Орская хроника» [Электронный ресурс] // URL: <http://www.hron.ru/?content=statya&t=42030> (дата обращения 18.05.2014)

² В России две беды – климат и население / газета «Орская хроника» [Электронный ресурс] // URL: <http://www.hron.ru/?content=statya&t=41738> (дата обращения 14.05.2014)

³ А аттестаторы кто! / газета «Южный Урал» [Электронный ресурс] // URL: <http://uralpressa.ru/news?doc=7783> (дата обращения 14.05.2014)

⁴ Доживем до среднего класса? / газета «Южный Урал» [Электронный ресурс] // URL: <http://uralpressa.ru/news?doc=7685> (дата обращения 14.05.2014)

⁵ Россия в свете лучины / газета «Южный Урал» [Электронный ресурс] // URL: <http://uralpressa.ru/news?doc=7278> (дата обращения

ловкам газеты «Орская хроника»: «У одних хобби, у других лобби»¹, «Восторг – дело тонкое»², «Коммуна... Руси жить хорошо?»³, «Белые, пушистые, с чистыми руками»⁴, «Чтоб сказку сделать пылью»⁵, «Средства мусорной инсталляции»⁶ и др. А в других журналистских материалах эффект иронии виден не сразу. Изначально необходимо предварительное прочтение материала. Заголовок «*Во поле Береза стоял...*», посвященный памяти Б. Березовского строится на удачном использовании как аллюзии, так и омонимичности слов. Русская народная песня «*Во поле берёза стояла*» усилиями автора трансформируется в новое выражение «*Во поле Берёза стоял...*». Омонимичность фамилии российского предпринимателя, государственного и политического деятеля, с одной стороны, и представителя рода листопадных деревьев, с другой, позволила создать очень многозначительный, глубокий по смыслу заголовок для некролога. По-своему символ новой истории России, Борис Абрамович, к концу своей жизни стал таким, каким описывает одинокую берёзу (также символ России) русская народная песня. Покинутый всеми, с большим количеством долговых обязательств перед кредиторами, по версии правоохранительных органов Великобритании Березовский покончил с собой.

¹ У одних хобби, у других лобби / газета «Орская хроника» [Электронный ресурс] // URL: <http://www.hron.ru/?content=statya&t=38835> (дата обращения 14.05.2014)

² Восторг – дело тонкое / газета «Орская хроника» [Электронный ресурс] // URL: <http://www.hron.ru/?content=statya&t=38371> (дата обращения 14.05.2014)

³ Коммуна... Руси жить хорошо? / газета «Орская хроника» [Электронный ресурс] // URL: <http://www.hron.ru/?content=statya&t=38292> (дата обращения 14.05.2014)

⁴ Белые, пушистые, с чистыми руками / газета «Орская хроника» [Электронный ресурс] // URL: <http://www.hron.ru/?content=statya&t=38044> (дата обращения 14.05.2014)

⁵ Чтоб сказку сделать пылью / газета «Орская хроника» [Электронный ресурс] // URL: <http://www.hron.ru/?content=statya&t=37974> (дата обращения 14.05.2014)

⁶ Средства мусорной инсталляции / газета «Орская хроника» [Электронный ресурс] // URL: <http://www.hron.ru/?content=statya&t=38183> (дата обращения 14.05.2014)

Заголовок статьи «*Муниципальный элемент*», в которой речь идёт о происшествии с обрушением части эркера (выступающая из плоскости фасада часть помещения⁷) на крышу книжного магазина «Книгочей». Эркер – один из декоративных архитектурных элементов (отсюда взята вторая составляющая заголовка), а само здание, на котором располагается эркер находится в муниципальной собственности (первая составляющая заголовка). Иронический окрас заголовка и принцип языковой игры становится очевиден лишь после прочтения журналистского текста.

Политический обзор в газете «Оренбургская неделя» под названием «*Предвыборные записки Электората Голосуева: «Ку!» шесть раз*» изначально не полностью понятен читателю. Он чувствует оттенок иронии в заглавии материала благодаря нарицательному имени персонажа – *Электората Голосуева*. Но дальнейшее продолжение заглавия «*Ку!» шесть раз*» (вернее, высказывание персонажа) останется ему непонятным, пока он не ознакомится со всем текстом. Из текста Дмитрия Урбановича становится ясно, что заявку на регистрацию в кандидаты в депутаты Законодательного Собрания Оренбургской области по 9-му оренбургскому избирательному округу подали заявки 6 человек с одинаково начинающимися фамилиями: Александр Кузнецов, Виталий Кукушкин, В.Н. Кузнецов, С.А. Кузнецов, М.Н. Кукушкин и Ю.В. Кукушкин. Лишь прочитав весь текст, мы можем заметить всю полноту ироничного эффекта, которую в заглавии заложил автор.

Как мы уже отмечали в теоретической главе, наиболее часто используемым приёмом каламбура в журналистском тексте (а особенно в заголовках) является приём комического трансформации слова или устойчивого словосочетания с целью придания им нового, а иногда и противоположного значения. Примером такого изменения может послужить заголовок «*А аттестаторы кто!*». Он побуждает читателя вспомнить знаменитый монолог Чацкого из комедии «Горе от ума» А.С. Грибоедова. Автор пишет о проблеме миграции, жизни мигран-

⁷ СНИП 2.08.01-89

тов, об их взаимоотношениях с представителями органов внутренних дел (материал вышел через неделю после случившегося на Матвеевском рынке столицы, когда мигранты избили офицера МВД при бездействии рядом находящихся коллег). Автор разбирает послание президента по реформированию ведомства внутренних дел, комментирует новые назначения. Главная мысль текста автора звучит как «доверь овцу волку».

Много ироничных заголовков, как мы уже отмечали, строится на построении игры слов посредством омонимичных и омофонных лексических элементов. Как пример, статья «*Восторг – дело тонкое*», в которой автор рассматривает как главную тему инициативу китайских бизнесменов построить в Орске «Орскую овощную долину», то есть инвестировать средства на постройку производственной овощной базы полного цикла. Играя на звуковом сходстве слов «*восток*» и «*восторг*», автор посредством омофонных лексических средств передаёт дискредитацию главную тему материала, как бы сообщая, «не спешите особо восторгаться, инициатива китайских бизнесменов на данный момент является лишь перспективой».

Материал с заголовком «*Коммуна... Руси жить хорошо?*» описывает проблемную тему коммунальных платежей (общедомовые нужды, несвоевременная оплата или задержка оплаты). Заглавие текста строится как на эффекте каламбура (некрасовское вопросительное «*кому*» трансформируется в «*коммуна*» - изменение устойчивого выражения), так и на звуковом сходстве выражений: «Кому на Руси жить хорошо» и «Коммуна... Руси жить хорошо?».

Текст под названием «*Средства мусорной инсталляции*» также строится на принципе омофонно-лексического сходства – созвучность двух элементов: определения «*средства массовой информации*» и словосочетания «*средства мусорной инсталляции*» (заметим, что при возведении в аббревиатуру созвучие «*СМИ*» остается). В тексте речь идёт о политической акции в Орске: «слова были выложены из битого кирпича, и ими обкладывалась какая-то загадочная личность: «Франц – враг народа». Заголовок тем самым не только констатирует

факт инсталляции (пространственная композиция, созданная из различных элементов и являющая собой художественное целое) из битых кирпичей, но и передаёт подтекст – надпись сыграла роль послания к массовой аудитории, то есть стала своеобразным средством массовой информации.

Рассмотрим заголовок статьи «*Спасут ли наши уши?*»¹, рассказывающей о преимуществах принятой оренбургскими депутатами Закона «О тишине». Он строится на звуковом сходстве последней части всем известного международного сигнала бедствия в радиотелеграфной связи SOS (спасите наши души) «*души*» и слова «*уши*». Посредством языковой игры автор пытается достичь определённого коммуникативного эффекта (привлечь максимальное внимание) и оказать определённое воздействие на получателя информации.

Отметим ещё одну важную деталь, характеризующую применение иронии в письменной речи. Заголовок журналистского текста «*НеУГОмонные*», в котором автор описывает ситуацию в латиноамериканской Венесуэле, в которой после смерти действовавшего президента Уго Чавеса наступил политический кризис. Здесь название статьи графически «играет» с именем экс-президента страны, тем самым предавая заглавию ироничный оттенок - неугомонные после смерти Уго. Этот приём достаточно часто используется в газетах и журналах: «*ПредПРЕМЬЕРное волнение*»², «*Всадники ЖКХалиписиса*»³ и др.

Проведя анализ фактического материала, представленного в оренбургских газетах, отметим, что иронический смысл одних заглавий (заглавия газеты «ОХ» и «ЮУ») легко улавливается читателями без детального ознакомления с содержанием материала.

¹ Спасут ли наши уши? / газета «Южный Урал» [Электронный ресурс] // URL: <http://uralpressa.ru/news?doc=7799> (дата обращения 14.05.2014)

² ПредПРЕМЬЕРное волнение / газета «Орская хроника» [Электронный ресурс] // URL: <http://www.hron.ru/?content=statya&t=38119> (дата обращения 14.05.2014)

³ Всадники ЖКХалиписиса / газета «Орская хроника» [Электронный ресурс] // URL: <http://www.hron.ru/?content=statya&t=36275> (дата обращения 14.05.2014)

ла, подтекст некоторых других (заголовки в газете «ОН») раскрывается лишь после прочтения и тщательного осмысления всего текста. При этом практически универсальным средством создания иронического заголовка являются такие стилевые фигуры речи, как метафора, сравнение, аллюзия, игра слов. Языковая игра (в том числе и графическая) в тексте превращается в эффективный инструмент воздействия на потенциального читателя.

Большое количество примеров использования иронии в заголовках свидетельствует об эффективности данного риторического приёма в письменной газетной речи. Проведённый нами анализ раскрывает богатый потенциал позитивного воздействия иронии в заголовках на весь журналистский материал, привлекая внимание читателя к конкретному тексту, актуализируя его важные моменты и подчёркивая главную мысль текста.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. А аттестаторы кто! / газета «Южный Урал» [Электронный ресурс]. - URL: <http://uralpressa.ru/news?doc=7783> (дата обращения 14.05.2014).
2. Белые, пушистые, с чистыми руками / газета «Орская хроника» [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.hron.ru/?content=statya&t=38044> (дата обращения 14.05.2014).
3. Болотная с видом на майдан / газета «Южный Урал» [Электронный ресурс]. - URL: <http://uralpressa.ru/news?doc=7810> (дата обращения 14.05.2014).
4. В России две беды – климат и население / газета «Орская хроника» [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.hron.ru/?content=statya&t=41738> (дата обращения 14.05.2014).
5. «Великан» угодил в финансовую яму / газета «Южный Урал» [Электронный ресурс]. - URL: <http://uralpressa.ru/news?doc=7743> (дата обращения 14.05.2014).
6. Во поле Береза стоял... / газета «Оренбургская неделя» [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.onlineon.ru/2013-03-26/article/7873/> (дата обращения 12.05.2014).
7. Всадники ЖКХалипсиса / газета «Орская хроника» [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.hron.ru/?content=statya&t=36275> (дата обращения 14.05.2014).
8. Восторг – дело тонкое / газета «Орская хроника» [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.hron.ru/?content=statya&t=38371> (дата обращения 14.05.2014).
9. Доживем до среднего класса? / газета «Южный Урал» [Электронный ресурс]. - URL: <http://uralpressa.ru/news?doc=7685> (дата обращения 14.05.2014).
10. Долги нарасхват / газета «Южный Урал» [Электронный ресурс]. - URL: <http://uralpressa.ru/news?doc=6190> (дата обращения 14.05.2014).
11. Коммуна... Руси жить хорошо? / газета «Орская хроника» [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.hron.ru/?content=statya&t=38292> (дата обращения 14.05.2014).
12. Коновалова, О.А. Ирония как атрибут культуры постмодерна: автореф. дис... канд. филол. наук. - Кемерово, 2005.
13. Крым: сладкий вкус солидарности / газета «Южный Урал» [Электронный ресурс] // URL: <http://uralpressa.ru/news?doc=7821> (дата обращения 14.05.2014).
14. Лес рубят - деньги летят / газета «Южный Урал» [Электронный ресурс]. - URL: <http://uralpressa.ru/news?doc=6361> (дата обращения 14.05.2014).
15. Лосев, А.Ф., Шестаков В.П. История эстетических категорий [текст] / А.Ф. Лосев, В.П.Шестаков. – М., 1965 г. – 374 с.
16. Муниципальный элемент / газета «Оренбургская неделя» [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.onlineon.ru/2013-09-27/article/9459/> (дата обращения 12.05.2014).
17. Не ленись наш брат – и козлом не будешь / газета «Южный Урал» [Электронный ресурс]. - URL: <http://uralpressa.ru/news?doc=6557> (дата обращения 14.05.2014).
18. Не лишайте отчан стабильного орчаяния! / газета «Орская хроника» [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.hron.ru/?content=statya&t=39940> (дата обращения 14.05.2014).
19. НеУГОмонные / газета «Южный Урал» [Электронный ресурс]. - URL: <http://uralpressa.ru/news?doc=6753> (дата обращения 14.05.2014).
20. Ночная жизнь Орск-Вегаса / газета «Орская хроника» [Электронный ресурс]. - URL:

<http://www.hron.ru/?content=statya&t=39087> (дата обращения 14.05.2014).

21. Огурцы умирают лежа / газета «Оренбургская неделя» [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.onlineon.ru/2013-06-26/article/8640/> (дата обращения 12.05.2014).

22. Осваивали раньше целину, а теперь бюджеты / газета «Орская хроника» [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.hron.ru/?content=statya&t=39791> (дата обращения 14.05.2014).

23. От увеличения порций сумма не меняется / газета «Южный Урал» [Электронный ресурс]. - URL: <http://uralpressa.ru/news?doc=7689> (дата обращения 14.05.2014).

24. Портал правительства Оренбургской области [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.orenburg-gov.ru>. (дата обращения 14.05.2014).

25. Пошлем Мавроди на три буквы! / газета «Оренбургская неделя» [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.onlineon.ru/2012-05-08/article/5181/> (дата обращения 12.05.2014).

26. Предвыборные записки Электората Голосуева: «Ку!» шесть раз / газета «Оренбургская неделя» [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.onlineon.ru/2013-07-22/article/8909/> (дата обращения 12.05.2014).

27. ПредПРЕМЬЕРное волнение / газета «Орская хроника» [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.hron.ru/?content=statya&t=38119> (дата обращения 14.05.2014).

28. Россия в свете лучины / газета «Южный Урал» [Электронный ресурс]. - URL: <http://uralpressa.ru/news?doc=7278> (дата обращения 14.05.2014).

29. Сайт газеты «Орская хроника» [Электронный ресурс]. - URL: www.hron.ru (дата обращения 24.04.2014).

30. Сайт газеты «Оренбургская неделя» [Электронный ресурс]. - URL: <http://onlineon.ru/> (дата обращения 22.04.2014).

31. Светлаков в конце тоннеля / газета «Орская хроника» [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.hron.ru/?content=statya&t=42030> (дата обращения 18.05.2014).

32. Спасут ли наши уши? / газета «Южный Урал» [Электронный ресурс]. - URL: <http://uralpressa.ru/news?doc=7799> (дата обращения 14.05.2014).

33. Средства мусорной инсталляции / газета «Орская хроника» [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.hron.ru/?content=statya&t=38183> (дата обращения 14.05.2014).

34. ФАС на яйца / газета «Южный Урал» [Электронный ресурс]. - URL: <http://uralpressa.ru/news?doc=7624> (дата обращения 14.05.2014).

35. У одних хобби, у других лобби / газета «Орская хроника» [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.hron.ru/?content=statya&t=38835> (дата обращения 14.05.2014)э.

36. Чтоб сказку сделать пылью / газета «Орская хроника» [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.hron.ru/?content=statya&t=37974> (дата обращения 14.05.2014).

УДК: 070

ББК: 76.0

Фомина Д.А.

КОММЕНТАРИЙ В РОССИЙСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ: ОСОБЕННОСТИ ЖАНРА, ТВОРЧЕСКИЕ ПРИЕМЫ (НА ПРИМЕРЕ ПУБЛИКАЦИЙ Ю. ЩЕКОЧИХИНА)

Fomina D.A.

COMMENTARY IN RUSSIAN JOURNALISM: THE GENRE FEATURES AND CREATIVE METHODS (ON EXAMPLE OF YU. SCHEKOSCHIN PUBLICATIONS)

Ключевые слова: авторская журналистика, комментарий, методы воздействия на аудиторию, индивидуально-творческий стиль, авторская позиция, средства массовой информации, колумнистика, жанры журналистики, публицистика, история отечественной журналистики.

Keywords: author's journalism, commentary, methods impact on the audience, individual creative style, author's position, mass media, columnism, genres of journalism, publicism, the history of Russian journalism.

Аннотация: в статье автор исследует историю возникновения и содержание понятия «авторская журналистика», место комментария в системе жанров отечественных СМИ и выделяет характерные черты этих понятий. Автор анализирует особенности использования журналистом Ю. Щекочихиным жанра комментария на страницах «Новой газеты». Исследуются причины обращения к этому жанру как средству воздействия на аудиторию. Кроме того, автор проводит анализ стилистических приемов в текстах журналиста, определяющих индивидуально-творческий стиль автора.

Abstract: the author explores the history of the origin and content of the concept of «author's journalism», the place of «commentary» in the system of genres of domestic and highlights the characteristic features of these concepts. The article is dedicated to studying the peculiarities of usage by Russia's famous journalist Yuriy Schekochikhin a commentary' genre in his material and publications in «Novaya Gazeta» newspaper. The reasons of choosing the mentioned genre as a way to influence the target audience are also looked into. And with it, author analyzes stylistic techniques in media texts of the chosen genre, which personifies a journalist individual style.

В современном информационном обществе важную роль играют не только новые знания, идеи, факты, но и различные взгляды, оценки, мнения. С учетом меняющихся условий действительности (экономических, политических, технических), технологических трансформаций реализация социально-ориентирующей или идеологической функции¹ журналистики становится важнейшей задачей СМИ. Любое новое знание нуждается в проверке, осмыслении, комментировании. Исследователи отмечают повышение роли авторской журналистики в условиях современных медиареалий². Отвечая на запросы време-

ни и используя возможности современных средств связи, журналисты все чаще выступают на страницах изданий, телевидении, радио или в социальных сетях с авторской позицией. Под современной авторской журналистикой, вслед за В.В. Коломиной, мы понимаем журналистский продукт, в создании которого может принимать участие коллектив авторов или редакция, но воплощающий идею конкретного журналиста. Характерными чертами авторской журналистики, по мнению исследователя, являются:

- единоличное создание авторского продукта, участие в его распространении;
- четкая авторская позиция по рассматриваемому вопросу;
- индивидуальные стилистические

¹ Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. – М.: Аспект Пресс, 2011.

² Коломина В.В. Современные тенденции развития авторской журналистики в контексте интернет-пространства // Вестник Чувашского универси-

особенности построения текста;

- нетривиальный подход к освещению темы;
- обратная связь с аудиторией.

В отечественной теории журналистики главенствует мнение, что авторская журналистика в современной ее форме пришла к нам с Запада во время перестройки¹. Однако персонифицированное письмо нельзя назвать новым явлением для российской печати. В отечественной журналистике, литературоцентричной² по своей природе, всегда большую роль играла личность автора. Редакции «толстых» журналов XIX в. являлись не просто коллективами авторов (а часто редактором, издателем, автором и распространителем в одном лице, как, например, И.А. Крылов в «Почте духов»), но и представляли идейные направления по отношению к политическому строю, положению классов и сословий, собственные взгляды на литературу и искусство³. По мнению С.С. Ярцевой⁴, исследующей традиции персональной журналистики, одним из первых российских колумнистов можно считать А.С. Суворина – издателя и редактора газеты «Новое время». В рубрике «Маленькие письма» под псевдонимом Незнакомец он публиковал остроумные отклики на политические темы. Главная особенность материалов – помимо изложения фактической информации – глубокое личное отношение автора к происходящему. Не менее важную роль для развития российской авторской журналистики сыграл издатель газеты «Московские ведомости», журналов «Русский вестник» и «Современная летопись» М.Н. Катков. Его передовые статьи, изданные затем в 25 томах, отличались стилистическим совершенством и остротой. Ярким представителем праколумнистики,

по определению Ярцевой, стал и А.М. Горький, выступавший в цикле «Несвоевременные мысли» в газете «Новая жизнь». В исследовании автор приходит к выводу: «...в дореволюционной России были все предпосылки к появлению колумнистики, и если бы не октябрьская революция, приведшая к возникновению тоталитарного государства, в котором интерес к отдельной личности был невозможен, то российская колумнистика пошла бы по тому же пути и развивалась так же плодотворно, как и в западной журналистике. Однако этот процесс был искусственно остановлен. И именно этой искусственностью объясняется тот факт, что, как только российское общество стало более открытым, колумнистика быстро распространилась и прижилась на страницах отечественных изданий»⁵.

Комментарий как жанр относится к авторской журналистике. В настоящее время в комплексе основных журналистских жанров комментарий занимает важное место⁶. Исследователи отечественной теории журналистских жанров (В.В. Ворошилов, А.В. Колесниченко, Л.Е. Кройчик, А.А. Тертычный и др.) относят комментарий к аналитическим жанрам, в основе которого лежит анализ уже известного или прогнозируемого события и система аргументов. Комментарий как самостоятельный жанр в России появился в конце XX в. Л.Е. Кройчик отмечает, что в начале 1990-х гг. комментарий из метода обработки факта превращается в жанр в ответ на экспансию новостной журналистики⁷. Жанр комментария, призванный расширить новость с целью комментирования или оценки, возник в западной журналистике, «где существует традиция разделения факта и мнения»⁸. Важно помнить о том, что зарубежные СМИ имеют два основных направления: «островное» (США и Великобритания) и европейско-континентальное⁹. По мнению

¹ Кройчик Л.Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста. – СПб.: Знание, 2000.

² Варганова Е.Л. Теория СМИ: Актуальные вопросы. – М.: МедиаМир, 2009. – С. 49.

³ Есин Б.И. История русской журналистики (1703–1917). – М.: Флинта: Наука, 2009. – С. 6.

⁴ Ярцева С.С. Традиции персонифицированного письма в русской журналистике // Проблемы массовой коммуникации: новые подходы: Материалы Всерос. науч.-практ. конф. – Воронеж: Ф-т журн. ВГУ, 2007. – С. 27–30.

⁵ Ярцева С.С. Традиции персонифицированного письма в русской журналистике. – С. 28.

⁶ Тертычный А.А. Жанры периодической печати. – М.: Аспект Пресс, 2017. – С. 121.

⁷ Кройчик Л.Е. Система журналистских жанров...

⁸ Колесниченко А.В. Практическая журналистика. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2008. – С. 73.

⁹ Михайлов С.А. Современная зарубежная журналистика: правила и парадоксы. – СПб.: Изд-во

С.А. Михайлова, «в европейско-континентальной журналистике предпочтение отдавалось “мнению”, точке зрения автора, а в “островной” журналистике все большее и большее значение приобретал “факт”, т.е. предельно отстраненное сообщение посредством прессы общественно значимой новости»¹.

В современных российских СМИ комментарий представлен в виде редакционных статей, авторских колонок в печатных и интернет-СМИ, авторских программ на радио, телевидении, в интернете². Некоторые исследователи не выделяют авторскую колонку в самостоятельный жанр, а относят ее к жанру комментария (А.В. Колесниченко, М.И. Шостак³). Отличительной чертой жанра, по мнению А.В. Колесниченко, является то, что он позволяет автору не только высказывать собственное мнение по какому-либо поводу, но и ставить данное суждение в центр материала, чего не позволяет ни один другой жанр⁴.

Цели современного комментария (по А.А. Тертычному)⁵:

- направлять внимание аудитории на важные новые факты, оценивать их;
- ставить комментируемое событие в связь с другими, выявлять причины этого события;
- формулировать прогноз развития комментируемого события;
- обосновывать необходимые способы поведения или решения задач.

Написание качественного комментария требует от журналиста особых компетенций, поэтому авторами колонок чаще всего становятся главные редакторы, обозреватели и лидеры мнений⁶. Как отмечает А.В. Колесниченко, в журналистике ком-

ментарий считается элитным жанром⁷.

Одной из важнейших задач теории журналистики остается углубленное изучение закономерностей журналистского творчества. Изучение наследия выдающихся журналистов прошлого и современности позволяет начинающим авторам использовать секреты их творчества в своей деятельности.

Нельзя говорить о современной публицистике, не упомянув имени Юрия Щекочихина. Начав журналистскую деятельность в 17 лет, он до последних дней своей жизни был предан слову. В поздний период журналистской деятельности Щекочихин часто использовал форму комментария для общения с читателем. Из 127 его публикаций в «Новой газете» в период с 1997 г. по 2003 г. в жанре комментария написано 43 материала. Журналист не случайно обращался именно к этой жанровой форме: в условиях социально-политических трансформаций рубежа веков крайне важно было оперативно, лаконично, экспрессивно откликнуться на происходящие события, разъяснить читателю их суть, поставить анализируемые факты в цепочку других, выразить свое отношение к ним.

По мнению профессора А.А. Тертычного, чтобы текст успешно реализовывал основные функции публицистики – убеждение и воздействие, он должен содержать следующие «секретные ингредиенты»⁸:

- привязка к опыту аудитории;
- опора на представления о логической правильности мышления. Соблюдение требований, предъявляемых к каждой «составной части» доказательного рассуждения (логики к тезису, аргументам, демонстрации);
- предоставление читателю возможности практической проверки сообщений;
- доверие к автору, изданию, источнику.

При анализе публикаций выявлена склонность автора к определенной методологии обоснования своих утверждений. Щекочихин использует доверие к автору,

Михайлова В.А., 2002. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text3/91.htm>

¹ См.: Там же.

² Колесниченко А.В. Настольная книга журналиста. – М.: Аспект Пресс, 2013. – С. 188.

³ Шостак М. Журналист и его произведение. – М.: Гендальф, 1998.

⁴ Колесниченко А.В. Настольная книга журналиста. – С. 182.

⁵ Тертычный А.А. Жанры периодической печати. – С. 121.

⁶ Lazarsfeld P. Personal Influence. – N. Y., 1955, p. 122.

⁷ Колесниченко А.В. Настольная книга журналиста. – С. 188.

⁸ Тертычный А.А. Расследовательская журналистика. – М.: Аспект Пресс, 2002. – С. 58.

изданию чаще других методов. Обычно журналист не называет источник информации, но обращается к общему историческому прошлому, общечеловеческому опыту, к признанным коллективным ценностям и нравственным категориям¹. «...Я думаю об этом. Да, наверное, каждый из нас, кто в детстве научился читать, думает об этом»². Использование этого метода при помощи изобразительно-выразительных средств, аналогий с бытовыми реалиями делало сложные аналитические высказывания доступными широкому кругу читателей.

Отличительной чертой комментария Ю. Щекочихина является ярко выраженное авторское «я», что можно наблюдать в построении фраз, темпоритме изложения, эмоциональном накале материала. Автор не скрывается за безличными или неопределенно-личными предложениями, редко употребляет модальные слова. Его оценка фактов и событий всегда явная. В публицистических произведениях присутствует дихотомия автор – человек частный и автор – человек общественный³. Но, тем не менее, он персонафицирован, он всегда – яркая личность⁴. Читателю Щекочихина очевидна личная оценка раскрываемого им факта или явления. Эмоциональная палитра весьма разнообразна, но главное качество остается неизменным: высказывание всегда от лица конкретной личности, отношение к действительности субъективно-объективное, прямое, анализирующее и оценивающее, имеющее политическую, философскую и социально-идеологическую подоплеку. Стоит отметить, что часто комментарий давался в логике проводимых на тот момент исследований, заключая в себе промежуточный итог или впечатления от только что полученного документа.

Рубленные, емкие, простые по составу предложения – основа синтаксиса публика-

ций Щекочихина. Короткие фразы без лишних «украшений», фокус, как в фотографии, на самой важной детали⁵. Журналист часто использует разговорно-бытовой стиль, жаргонизмы, но не заигрывает с читателем, а «сообщает» ему, что автор – такой же обычный человек. «...Мы поднимаемся на пятый этаж “хрущобы”... Поднимаемся, поднимаемся, все приближаясь к тому, от чего уже не уйти. Парень с черной повязкой на руке... Бородатый фотограф, не навещающий нас объектива... Бабушка причитает... Крышка гроба. Как много раз нам довелось это испытать. Нам, которые живы...»⁶.

Значительное количество комментариев журналиста начинается с фразы «что меня поразило на прошлой неделе». Порой эмоциональность материала, вызванная очередным шокирующим информационным поводом, скрывает логические ошибки в его построении. Так, например, в публикации «Бычьи шеи венчают головы ослов»⁷, рассказывающей об оказании охранных услуг представителями РООП и ФСБ, обоснование основного тезиса осуществляется не предъяснением логически выверенных аргументов, а «как будто» аксиомами.

О высокой степени эмоциональности текстов также говорит частое употребление восклицательных, вопросительных знаков, многоточий в заголовках публикаций: «Клонирование в России началось!», «Вор должен сидеть в Кремле?», «Неужели эти огни – вечные?» и др.

Щекочихин часто прибегает к иронии, выстраивая ассоциативные ряды. Рождающиеся метафоры выполняют характеризующую функцию. Излюбленные метафоры такого типа у журналиста – зооморфные: «Баранов много, овец для генеральских папах не хватает», «Страна трех китов – Коррупции, Криминала, Казнокрадства» и др.

Предельная искренность и эмоциональность текстов Щекочихина делает его

¹ Щекочихин Ю. Три эпохи российской журналистики. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2010.

² Щекочихин Ю. П. Сердечная недостаточность // Новая газета Понедельник. – 1998. – № 27.

³ Солганик Г.Я. О структуре и важнейших параметрах публицистической речи (языка СМИ) // Язык современной публицистики: Сб. статей. – М.: Флинта: Наука, 2005. – С. 15.

⁴ Соколов С. Мы ставим точку // Новая газета. – 2013. – № 71.

⁵ Щекочихин Ю.П. Сердечная недостаточность // Новая газета Понедельник. – 1998. – № 27.

⁶ Щекочихин Ю.П. В Калмыкии можно убить всех – электорат президента от этого не уменьшится // Новая газета Понедельник. – 1998. – № 23.

⁷ Щекочихин Ю.П. Бычьи шеи венчают головы ослов // Новая газета Понедельник. – 1998. – № 25.

публикации узнаваемыми. Он не заигрывает с читателем, не читает ему наставлений, не учит, как жить. По содержанию они скорее напоминают дружеский диалог на кухне.

Стилистические особенности построения текста, лексические средства, эмоциональность и категоричность подачи информации делают публикации Щекочихина узнаваемыми. Анализ произведений

Ю. Щекочихина позволяет говорить о выработке им своеобразных приемов и способов авторской журналистской деятельности. Они позволили журналисту достичь оптимальных результатов в творчестве, обеспечить наличие в нем новаторских элементов и долгосрочность действия своих произведений.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Вартанова, Е.Л. Теория СМИ: Актуальные вопросы. – М.: МедиаМир, 2009.
2. Есин, Б.И. История русской журналистики (1703–1917). – 4-е изд. – М.: Флинта: Наука, 2009.
3. Колесниченко, А.В. Настольная книга журналиста. – М.: Аспект Пресс, 2013.
4. Колесниченко, А.В. Практическая журналистика. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2008.
5. Коломина, В.В. Современные тенденции развития авторской журналистики в контексте интернет-пространства // Вестник Чувашского университета. – 2007. – № 4. – С. 295–298.
6. Кройчик, Л.Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста. – СПб.: Знание, 2000.
7. Михайлов, С.А. Современная зарубежная журналистика: правила и парадоксы. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text3/91.htm>
8. Прохоров, Е.П. Введение в теорию журналистики. – М.: Аспект Пресс, 2011.
9. Соколов, С. Мы ставим точку // Новая газета. – 2013. – № 71.
10. Солганик, Г.Я. О структуре и важнейших параметрах публицистической речи (языка СМИ) // Язык современной публицистики: сб.: статей / сост. Г. Я. Солганик. – М.: Флинта: Наука, 2005. – С. 13–31.
11. Тертычный, А.А. Жанры периодической печати. – 6-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2017.
12. Тертычный, А.А. Расследовательская журналистика. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2002.
13. Шостак, М. Журналист и его произведение. – М.: Гендальф, 1998.
14. Щекочихин, Ю. Три эпохи российской журналистики. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2010.
15. Щекочихин, Ю.П. Бычьи шеи венчают головы ослов // Новая газета Понедельник. – 1998. – № 25.
16. Щекочихин, Ю.П. В Калмыкии можно убить всех – электорат президента от этого не уменьшится // Новая газета Понедельник. – 1998. – № 23.
17. Щекочихин, Ю.П. Сердечная недостаточность // Новая газета Понедельник. – 1998. – № 27.
18. Ярцева, С.С. Традиции персонифицированного письма в русской журналистике // Проблемы массовой коммуникации: новые подходы: материалы Всерос. науч.-практ. конф. Ч. 2. 29–31 октября 2007 г. / под ред. В.В. Тулупова. – Воронеж: Ф-т журн. ВГУ, 2007. – С. 27–30.
19. Lazarsfeld, P. Personal Influence. – N. Y., 1955.

УДК: 070

ББК: 76.0

Фролова В.И.

**ПРОВОКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ В ЗАГОЛОВОЧНОМ КОМПЛЕКСЕ
МЕДИАТЕКСТА: ЭТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

Frolova V.I.

**PROVOCATIVE STRATEGIES IN THE HEADQUARTERS OF MEDIATEX:
ETHICAL ASPECT**

Ключевые слова: заголовочный комплекс, провокативные стратегии, речевые тактики, манипулирование, этика профессиональной деятельности.

Keywords: headline complex, provocative strategies, speech tactics, manipulation, ethics of professional activity.

Аннотация: регулярный дискурс-анализ композиционных структур заголовочных комплексов (ЗК) в СМИ убеждает в целенаправленном характере манипулирования сознанием и поведением читательской аудитории. Это предопределяет выбор аргументационных стратегий/тактик, которые позволяют достичь адресанту намеченного перлокутивного эффекта, т.е. коммуникативного успеха.

Цель статьи заключается в выявлении имеющих имплицитный характер текстообразующих категорий, которые помогут читателю декодировать манипулятивные стратегии и смыслы медиатекста, сориентируют в необходимости понимания языковых механизмов, управляющих воздействующей речью. Признавая совершенствование манипуляционных технологий как неизбежное сопровождение современного дискурса СМИ, автор данной статьи обращает внимание на тенденцию многочисленных нарушений профессиональных принципов в работе журналиста.

В этих условиях следует контролировать возрастающую роль морального и этического критериев, которые должны быть положены в основу речевой тактики адресанта.

Abstract: regular discourse analysis of compositional structures of header complexes (HC) in the media convinces in the purposeful nature of the manipulation of the mind and behavior of the readership. This predetermines the choice of argument strategies and tactics, which allow the addressee to reach the intended perlocutive effect, i. E. communicative success.

The purpose of the article is to identify implicitly text-forming categories that will help the reader decode manipulative strategies and meanings of media text, orient in the need to understand the language mechanisms governing the impacting speech. Recognizing the improvement of manipulation technologies as an inevitable accompaniment of modern media discourse, the author of this article draws attention to the tendency of numerous violations of professional principles in the journalist's work.

In these conditions, the increasing role of moral and ethical criteria should be monitored, which should be used as the basis for the speech tactics of the addressee.

Современный медиатекст рождается и функционирует в условиях персуазивной коммуникации (от лат. *persuasias* – убеждение). Особенностью такого типа дискурса является сознательное воздействие автора на интеллектуальную и психическую сферу адресата с целью «убеждения в чём-то, призыва к совершению или несовершению им определённых действий». «Это особый тип

ментально-речевого взаимодействия коммуникантов, – утверждает В.Е. Чернявская, – при котором адресант реализует попытку преимущественно вербального воздействия на сознание адресата... посредством коммуникативных стратегий убеждения и оболщения» и «определённых типов текста»,

что закреплено в общественной практике¹. Подавляющая получаемой адресатом информации вторична – она дозирована, препарирована и интерпретирована². Читатель модифицированной информации рассматривается как объект манипуляции (особенно наглядно прослеживается в политическом и рекламном дискурсе) либо как обыватель, потребитель информационной продукции любого качества³.

Целенаправленный характер манипулирования аудиторией предопределяет выбор аргументационных стратегий/тактик, которые позволяют достичь адресату намеченного перлокутивного эффекта, т.е. коммуникативного успеха (лат. *per-* 'посредством'). Управляя когнитивной и эмоциональной сферой личности читателя, автор добивается желаемых стереотипов его сознания и поведения. Российский читатель по давней традиции приучен безоговорочно верить печатному слову, однако отсутствие рефлексии на потребляемую массмедийную продукцию представляет широкие возможности для запланированного воздействия. Именно поэтому, подчёркивают учёные, «выявление интенциональных, имеющих имплицитный характер текстообразующих категорий ... воздействующего типа... сегодня особенно актуально»⁴.

Для того, чтобы декодировать смыслы журналистского текста, уметь отличить объективную информацию от манипуляции сознанием, адресату необходимо понимание языковых механизмов, управляющих воздействующей речью. В этих условиях следует проанализировать также возрастающую роль морального и этического критериев, которые должны быть положены в основу речевой тактики журналиста.

Проведённое нами исследование посвящено анализу **провокативных стратегий**, используемых в заголовочном комплексе (ЗК) медиатекста. Как известно, заголо-

вочный комплекс медиатекста – его сильная позиция, многоаспектное явление, изучение которого невозможно без понимания элементов формальной, композиционной и смысловой составляющих. Исследователями доказано, что 80-90% публикаций прочитываются благодаря ярким, точным и выразительным заголовкам⁵. Особенно велика роль заголовка в интернет-изданиях, где заголовочный анонс принципиально влияет на пользовательский выбор и служит отправной навигационной точкой для дальнейшего чтения. Добиться эффективного речевого воздействия на адресата посредством элементов заголовка – значит не только отразить основное содержание текста (информативная функция), но и побудить читателя откликнуться действием, совершить поступок в русле идей автора или разделить его эмоции (коммуникативная функция). Закономерно, что к языковой личности журналиста, «наделённой культурно-социальными полномочиями «фильтровать» события», устремлены ожидания массовой аудитории, ведь именно он, журналист, с высоты своего мировоззрения и миропонимания, **формирует медиакартину** мира в сознании адресата⁶. Именно он, «профессионал риторической деятельности», посредник между действительностью и целевой аудиторией, **убеждает** адресата или **оказывает на него влияние** посредством комплекса аргументационных приёмов, или тактик, направленных на достижение запланированного воздействия. Вместе с тем предполагается, что именно он «отвечает собственным именем и репутацией за достоверность всякого сообщения и справедливость всякого суждения, распространённых за его подписью..., с его ведома и согласия»⁷.

⁵ Колесниченко А.В. Техника и технология СМИ. – URL: <http://static.my-shop.ru/product/pdf/268/2676530.pdf>;

Лазарева Э.А. Заголовочный комплекс текста – средство организации и оптимизации восприятия // Известия УрГУ. 2006. №40. С. 158.

⁶ Анненкова И.В. Медиадискурс XXI века. Лингвофилософский аспект языка СМИ. – М.: Изд-во МГУ: Ф-т жур-ки МГУ им. М.В. Ломоносова, 2011. С. 109.

⁷ Кодекс профессиональной этики российского журналиста. Правовые и этические нормы в журналистике / Сост. Е.П. Прохоров, Г.М. Пшеничный, В.М. Хруль. С. 197.

¹ Чернявская В.Е. Дискурс власти и власть дискурса. Проблемы речевого воздействия. С. 25.

² Клушина Н.И. Стилистика публицистического текста. С. 46.

³ Караулов Ю.Н. Язык СМИ как модель общенационального языка // Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования – М., 2001.

⁴ Там же.

Речевая провокация давно используется журналистами в качестве эффективного приёма воздействия в медийном дискурсе. Изучению этического аспекта провокативных стратегий в ЗК исследовательского внимания было уделено не много. ЗК выполняет важную миссию организатора диалога между аудиторией и автором, поскольку он, «являясь конденсатом смысла, ориентирует в содержательном пространстве текста, поясняя или уточняя смысловую позицию автора, акцентируя необходимые фрагменты»¹. Распределить эти смыслы, используя структурные преимущества ЗК и «разноплановость коммуникативных потенциалов и интересов реципиентов текста» можно лишь на основе продуманной стратегии и тактики.

О.С. Иссерс определяет *речевые стратегии* как совокупность речевых действий, имеющих своим направлением решение общей коммуникативной цели говорящего, а *речевую тактику* – как цепочку речевых шагов, используемых адресантом в соответствии с собственными интенциями, применяемыми в процессе речевого общения для достижения конкретных целей в рамках стратегии общения². В гуманитарных науках не даётся исчерпывающего понятия *провокации*, которое можно было бы признать универсальным для разных областей знания и условий применения, но в толкованиях словарей существенными признаками понятия *провокация* определяются два, свидетельствующие о преднамеренности, осознанности такого поведения, как подстрекательство, и о негативном характере последствий для вовлеченного в провокацию адресата³. Провоцировать – значит

«умышленно вызывать что-либо или на что-либо, подстрекать к чему-либо». Анализируя понятие *провокация*, исследователи рассматривают его прежде всего как *метод оказания воздействия на психическую сферу человека с определенной целью* (В.Н. Степанов, О.С. Иссерс, О.С. Волкова, Е.Ю. Ионкина и др.). Е.Н. Зарецкая подчёркивает «целенаправленное, мотивированное, преимущественно контролируемое коммуникативное поведение» при провоцировании, «дестабилизацию эмоционального состояния» адресанта, которое при этом определяют как «коммуникативный сбой, сознательно организованный говорящим»⁴.

В медиадискурсе СМИ тактика является инструментом реализации стратегии и подчинена её основной цели – воздействовать на воспринимающего информацию «посредством присутствия «словоманипуляторов», наделённых экспрессивными, оценочными, коннотированными или ассоциативными значениями, направляющими мысли адресата и создающими необходимый фундамент для «правильной» интерпретации сообщения»⁵. В нашем исследовании мы применяли как коммуникативный подход при анализе медиатекста, так и лингвистический, где текст рассматривается как единица речи и языка. Исходя из этого, суммируя данные определений, мы полагаем, что *речевую провокацию* можно определить как разновидность коммуникативной стратегии, сознательно используемой адресантом и реализуемой с помощью различных речевых тактик, чтобы посредством дестабилизации эмоционального состояния адресата вынудить его к принятию навязанного решения. В данном исследовании мы использовали именно этот подход к содержанию понятия.

Как специфическая структура, пишет К.В. Прохорова, ЗК «с одной стороны, обладает многообразными возможностями в

¹ Лазарева Э.А. Заголовочный комплекс – средство организации и оптимизации восприятия // Изв. Урал. гос. ун-та. 2006. № 40. С. 158.

² Иссерс О.А. Стратегия речевой провокации в публичном диалоге. – URL: <http://philology.ru/linguistics2/issers-09.htm>

³ См.: 1) Провокация - преднамеренное поведение, подстрекательство кого-нибудь к таким действиям, которые могут повлечь за собой тяжёлые для него последствия (Ожегов С.И. Словарь русского языка. С.539); 2) Провокация – подстрекательство, побуждение кого-л. (отдельных лиц, групп, организаций и т.д.) к таким действиям, которые повлекут за собой тяжёлые, губительные для них последствия (МАС / под ред. А.П. Евгеньевой. С. 472; 3) Крысин Л.П. Толковый словарь иноязычных слов. С. 564.

⁴ Зарецкая Е.Н. Риторика: Теория и практика речевой коммуникации. М., 1998. URL: [http://school4you.ru/download/orator\(2\)/Зарецкая%20Е.Н.%20-%20Риторика.pdf](http://school4you.ru/download/orator(2)/Зарецкая%20Е.Н.%20-%20Риторика.pdf)

⁵ Мухортов Д.С., Краснова А.В. Дискурсивные маркеры манипуляции как реализация субъективно-оценочного акта говорящего / Политическая лингвистика. – URL: <http://journals.uspu.ru/attachments/article/1415/15.pdf>

проявлении авторского я, с другой стороны, в процессе его создания учитывается адресат»¹. Двойственность тенденции заключается в том, что, помогая «активизировать информативный, эмоциональный и психологический интерес адресата к тексту», ЗК в ряде случаев может «дезориентировать или даже отталкивать от текста, порождая коммуникативный конфликт между автором и адресатом»². В рамках данного исследования мы рассмотрели формат речевых провокаций, использованных авторами различных изданий в медиадискурсе ЗК, порождающего коммуникативный конфликт³. Уточним, между какими контактирующими сторонами этот конфликт мог быть спровоцирован. Собственная нравственная и этическая позиция адресанта не всегда совпадают с корпоративной позицией частного владельца издания, и тогда воплощённая в медиатексте авторская позиция должна быть воспринята как коллективная, в том числе и как корпоративная языковая политика издания. Суть такой журналистской позиции базируется и на функции объединения аудитории, и на служении слову как «стратегии обмана»⁴. В то же время адресат, получатель информации, также может быть представлен как массовым читателем, так и социальными институтами, представляющими государство. Медиакритики в этом смысле разграничивают массово-конфликтный и социально-конфликтный дискурс. В первом случае (намеренная или ненамеренная) тактика со стороны издания может быть связана с ЗК, оказавшим тотальное шокирующее воздействие на массового читателя. Например, как в газете «Аргументы и факты» (номер от 3.02.18). Подборка анонсов: *Число пострадавших из-за сильного снегопада в Москве выросло до пяти / В Москве из-за аномальной погоды упали семь деревьев / В Москве завели дело на воспитательницу, избившую пятилетнего ребёнка / В Подмоскowie опекунов подозревают в попытке убийства ребёнка / В*

Подмоскowie электричка насмерть сбита двоих человек / В Москве 19-летний юноша выжил после падения на пути в метро / СК проверит обстоятельства гибели пенсионерки в московском метро / СКР сообщил подробности о стрельбе в московском бизнес-центре.

Во втором случае преднамеренное акцентирование в ЗК обострения социальной ситуации в городе/стране, может иметь и политическое звучание. В том же номере подборка заголовков вместе с лидами:

- Минобороны РФ: в Сирии сбит российский истребитель Су-25 / Летчик катапультировался, но погиб в бою с террористами

- «Был старый, но комфортный». Пожар уничтожил родной дом Бориса Ельцина / Каким был, как оказался в чужих руках и почему сгорел дом на Урале, где родился первый президент России – подробности на URAL.AIF.RU.

- У побережья Африки пропал танкер с 22 индийскими моряками / Экипаж корабля не выходит на связь уже два дня.

Во всех случаях Международные принципы профессиональной этики обязывают журналистов всего мира быть беспристрастными и точными при изложении и комментировании информации. Заголовки и анонсы их материалов должны отражать основное содержание представленных материалов⁵. Тем не менее целенаправленное воздействие на когнитивную и эмоциональную сферу личности читателя посредством речевых тактик манипулирования, в частности в ЗК, всё более очевидны. «Эксплицитное, лежащее на поверхности значение составляет лишь часть содержательного посыла такого манипулятивного высказывания», которое «тесно взаимодействует с другой своей частью, имплицитной»⁶. В основе подобных тактик – приёмы речевой фальсификации, т.е. приёмы намеренного использования речевых средств, которые пробуждают любопытство, шокируют читателя, иногда искусственно подогревают ин-

¹ Прохорова К.В. Коммуникативный конфликт в заголовочном комплексе // Журналистика и культура русской речи. 2011. №4. С.51.

² Там же.

³ Там же. С.54.

⁴ Цит. по: Анненкова И.В. Указ. соч. С. 111.

⁵ Кодекс этики общества профессиональных журналистов США (принят в 1996 г.) // Кумылганова И.А. Этические основы информационных коммуникаций: зарубежные подходы и традиции. С. 59.

⁶ Мухортов Д.С., Краснова А.В. Там же.

терес к сообщению не особенно значимому (выполняют свою аттрактивную функцию). Максимальную экспрессивную нагрузку в структуре ЗК подобного типа (включает заголовки, подзаголовки, лид, внутренние заголовки, рубрики, анонсы и другие структуры) несёт в себе обычно заголовок, а подзаголовок играет роль развязки конфликта либо проясняет ситуацию, представленную в заголовке.

Для использования «ценностных маркеров» – эмоционально окрашенных слов, относящихся к политическому дискурсу ЗК, характерно выхолащивание из слова основного значения и усиление связанных с ним коннотаций, как правило положительных. Часто провокативная стратегия создания негативного имиджа реализуется с использованием грубой метафоры через тактики иронии, сарказма или издёвки. В нижеследующих примерах деструктивная оценочность, использованная в заголовках и лидах публикаций, опирается на систему характеристик российских олигархов. В соответствии со словарной дефиницией *олигарх* – представитель крупного монополизированного капитала¹. В ЗК данных материалов, как и в их корпусах, под понятием *олигарх* подразумеваются все богатые люди, «близкие к политическому руководству России», причём как синонимичные употребляются понятия «российские олигархи», «крупные российские бизнесмены», «российские предприниматели», «бизнес», «друзья Путина».

- Российские олигархи готовы трижды плюнуть на портрет Путина / Крупные российские бизнесмены ведут переговоры с представителями министерства финансов и Госдепа США с просьбой не включать их в список предпринимателей, близких к политическому руководству России. Об этом сообщает мировое информагентство Bloomberg. http://smi2.mirtesen.ru/blog/43472726861/Rossiyskie-oligarhi-gotovy-trizhdyi-plyunut-na-portret-Putina?utm_source=mirtesen

- «Друзья Путина» готовы ползти к Трампу на коленях / Российские олигархи ведут переговоры о том, как избежать попада-

ния под санкции http://smi2.mirtesen.ru/blog/43723774124/%abdruzya-putina%bb-gotovy-polzti-k-trampu-na-kolenyah?utm_source=mirtesen

- Бизнес ударился в бега/ Более четверти крупных российских предпринимателей переезжают за границу, готовясь к новым международным санкциям, показывает опрос по заказу «Делового еженедельника "Профиль"». <http://www.profile.ru/economics/item/123968-biznes-udarilsya-v-bega>

В приведённых примерах политического дискурса использование слова *олигарх* с негативной коннотацией имеет провокативную направленность, нацеленную не только на дискредитацию обобщённого образа российских олигархов, но и на систему власти в целом.

Провокативные стратегии, внедряемые в ЗК на основе *драматизации*, могут быть смоделированы с использованием *имён, названий или цитат*. Безусловно, использование имен и названий в заголовке усиливает интерес к тексту. По мнению М.И. Шостака, «многозначительность и недосказанность заголовка-цитаты привлекает читателя как всякая интрига»² и побуждает его прочитать статью целиком. Вместе с тем, использованная одновременно как тактика *наवेशивания ярлыков*, она деструктивна по своей провокационной сути. Например:

- Путин щёлкнул по носу вороватого Порошенко / В ходе встречи Владимира Путина с главами печатных СМИ России президент метко прошелся по главе Украины Петру Порошенко. Президент прокомментировал роскошный отдых олигарха. <https://www.dni.ru/polit/2018/1/11/388846.html>

- «Я гений» — Трамп оценил свои умственные способности / Президент США Дональд Трамп назвал себя «гением» в интервью британскому каналу ITV / «Я стабильно гениален», — сообщил Трамп, отвечая на вопрос корреспондента об умственных способностях, психическом и физическом здоровье. <https://regnum.ru/news/2373206.html>

- Гордон решила помочь предателю

¹ Языковые изменения конца XX столетия / ИЛИ РАН; Под ред. Г.Н. Складневской. С. 530.

² Шостак М.И. Репортер: профессионализм и этика. С.

Родченкову / Журналистка Екатерина Гордон решила привлечь к себе дополнительное внимание. Юрист вызвалась помочь беглому главе РУСАДА Григорию Родченкову. https://news.rambler.ru/starlife/39030505/?utm_content=rnews&utm_medium=read_more&utm_source=copylink https://news.rambler.ru/starlife/39030505-gordon-reshila-pomoch-predatelyu-rodchenkovu/?utm_source=head&utm_campaign=self_promo&utm_medium=news&utm_content=video/https://news.rambler.ru/starlife/39030505/?utm_content=rnews&utm_medium=read_more&utm_source=copylink

- **Макаревич захотел «огрести дерьма»** / Лидер группы "Машина времени" Андрей Макаревич [на своей странице в Facebook](#) опубликовал провокационный пост. В нём он объяснил причину популярности Иосифа Сталина в России. – Ох, представляю, сколько дерьма огребу...

- **Фигурист Ягудин назвал чиновников МОК "тварями и мразями"** / Олимпийский чемпион по фигурному катанию Алексей Ягудин очень резко отреагировал на решение МОК не допускать ряд спортсменов на Игры в Южной Корее в феврале 2018 года. Так, возмущение у Ягудина вызвало то, что на Олимпиаду не пустили фигуристов Ксению Столбову, Федора Климова, Ивана Букина и Александру Степанову. Причем в МОК заявили, что недопуск не обязательно связан с допингом. Алексей Ягудин написал в своем Instagram, что такими решениями чиновники МОК ломают жизни спортсменам. <https://www.metronews.ru/novosti/russia/reviews/figurist-yagudin-nazval-chinovnikov-mok-tvaryami-i-mrazyami-1362922/>

- **«Ну, дай мне в морду, ссыкло»: Шевченко и Сванидзе жёстко подрались из-за Сталина** https://tsargrad.tv/news/nu-daj-mne-v-mordu-ssyklo-shevchenko-i-svanidze-zhestko-podralis-iz-za-stalina_108049

- **Журналист и светский обозреватель Божена Рынска поддержала коллегу Николая Сванидзе, который во вторник подрался с Максимом Шевченко на почве спора о действиях Иосифа Сталина** / «Светлый праздничек у нас сегодня. Ну, хоть кто-то из наших либеральных соплежув вспомнил выражение «за такое по

морде дают» и дал в морду тому, кто долго в нее просил. Вспомнили, наконец-то, старую добрую русскую традицию, воспетую даже в советском кинематографе. Герой Рязанова-Мягкова заинтересовал собой Фрейдлих-мымру, дав по сопатке гэбешнику. Спасибо, Николай Сванидзе», – написала Рынска в Facebook. <https://vz.ru/news/2018/1/31/906032.html>.

Остроконфликтная ситуация в последнем примере намеренно приведена с использованием прямого цитирования известной журналистки. Подогревая интерес аудитории к ими же спровоцированным сенсациям, журналисты «забывают», что в публичной речи должны использовать литературные средства экспрессии, а жаргонная (или просторечная) лексика – грубое нарушение авторской речевой этики. Такая журналистская стратегия – увы! – стала этической и литературной нормой.

В приведённых выше примерах аттрактивная суть заголовка намеренно провоцирует коммуникативный конфликт. Кратковременно вызывается реакция несогласия с излагаемой информацией, чтобы подготовить слушателей к запланированным, якобы осозанным выводам. Сомнения рассеиваются, практически снимаются в подзаголовке/ лиде/хедлайне. Специфика новостного дискурса некоторых изданий заключается в том, что заголовки эпатирующей новости составлены с нарушениями элементарных этических норм. Внедрение оценочной информации под видом фактологической дезориентирует читателя, не даёт возможности сформировать собственное суждение. Кроме того, провокация, умышленное искажение фактов, равно как клевета и оскорбление, ныне не считается серьёзным профессиональным нарушением.

Наглядное подтверждение тому – стратегия риторического воздействия, провоцирующая читателя через тактики апелляции к историческому прошлому, драматизации, присоединения аудитории. Изменить установки читателя удастся, в частности, перестройкой композиции, уделив «главной» новости приоритетное место на первой полосе.

- **Эксперты назвали «срок годности» останков Ленина**/Они сравнили вождя с му-

мией <https://www.metronews.ru/novosti/russia/reviews/eksperty-nazvali-srok-godnosti-ostankov-lenina-1330646/>

- **Москвичам показали расстрелянный Кремль** / К 100-летию со дня Октябрьской революции Музеи Московского Кремля выпустили альбом с почти сотней снимков, запечатлевших раны, которые большевики осенью 1917 года нанесли главным соборам России. Metro публикует фотографии из этого первого подробного издания, посвящённого закрытой в советское время теме. <https://www.metronews.ru/novosti/moscow/reviews/moskvicham-pokazali-rasstrelyannyy-kreml-1322153/>

- **Россиянам предложили избавиться от всего русского в преддверии санкций** / Швейцарский финансовый холдинг UBS Group рекомендовал избавиться от российских ценных бумаг в связи с повышенными рисками от новых санкций США. Об этом сообщает Bloomberg <http://www.tks.ru/politics/2018/01/29/0024>

- ***российские лыжники получили пожизненное** / Александр Легков и Евгений Белов больше никогда не смогут выступить на Олимпиаде / Российские лыжники Александр Легков и Евгений Белов пожизненно отстранены от участия в Олимпиадах. Такое решение, как сообщил на своем сайте адвокат спортсменов Кристоф Вишеман, было принято дисциплинарной комиссией Международного олимпийского комитета (МОК), расследовавшей российское допинговое досье. Сообщается также, что аналогичные решения могут быть приняты и в отношении других российских спортсменов. <https://www.kommersant.ru/doc/3456071>

- **Учёные: У футбольных болельщиков и террористов одинаковый менталитет** / Исследователи из Оксфордского университета заявили, что агрессивные футбольные болельщики и террористы ИГИЛ* имеют схожие черты характера. В исследовании, опубликованном в The International Review for the Sociology of Sport, говорится, что ещё одна схожая черта — это стремление к общности. Как футбольные фанаты собираются вместе, чтобы напасть на представителей враждебного им клуба, так и террористы действуют сообща. New York Post передаёт слова экспертов с фа-

культета антропологии, которые говорят, что результаты этого исследования можно с успехом использовать при борьбе с экстремизмом в Великобритании. https://life.ru/t/ncихология/1047526/uchionye_u_futbolnykh_bolielshchikov_i_terroristov_odinakovyi_mientalitet

- **Интернету грозит уничтожение / Спаси, не сохраняй / Будет хуже** / Глобальный интернет может распасться на куски, и жители каждой страны будут обитать в своей части сети, говорится в докладе Всемирного экономического форума об угрозах мирового масштаба.

Отмечая стабильно манипулятивную основу провокативных тактик, исследователи пишут о том, что пробудить в адресате намерения и побудить к действию можно также манипулируя степенью доверчивости адресата¹. Активизация читательского внимания на метонимическом переносе — ещё одна распространённая тактика речевой фальсификации, которая подчёркивает провокационно-заострённый характер события, эксплуатирует мнимую сенсационность:

- **У Толкалиной в новом браке возникли трудности** / Дни.ру. 9 июня 2017 / Телеканал СТС приступил к съемкам нового сериала "Девочки не сдаются", в котором Любовь Толкалина сыграла замужнюю женщину. "После того, как я опубликовала в Instagram пост с КОЛЬЦОМ на руке, все подумали, что я вышла замуж. Пришлось объяснять, что это всего лишь реквизит, а новый муж — только по сценарию", — с улыбкой сообщила актриса. <https://www.dni.ru/photo/2017/6/9/371615.html>

- **Актёр Сергей Гармаш вывалился с пятого этажа** / О бесстрашии Сергея Гармаша, сыгравшего в «Матильде» роль императора Александра III., рассказала его коллега Вера Воронкова https://www.vokrug.tv/article/show/sergei_garmash_vuprygnul_iz_okna_pyatogo_etazha_62685/

- **Паулину Андрееву сняли в бане с Бастой** / Актриса и рэпер представили совместный клип. <https://7days.ru/news/paulina.htm>

- **Опальной жене Джигарханяна**

¹ Маслова В.А. Политический дискурс: языковые игры или игры в слова? — URL: http://journals.uspu.ru/i/inst/ling/ling24/ling_4%2824%292008_maslova.pdf

нашли замену / Временно исполняющим обязанности генерального директора Театра под руководством Армена Джигарханяна назначена Елена Гильванова. Ранее она занимала должность заместителя гендиректора театра. <https://www.dni.ru/culture/2017/10/20/383108.html>

- Ученые: На спутнике Нептуна найдены останки динозавров/Уфологи, рассматривая снимки Тритона, сделанные Вояджером-2, обнаружили на них странный артефакт. На краю катера в северном полушарии спутника Нептуна видны останки какого-то крупного существа, похожего на динозавра, сообщает обозреватель издания ToDay News Ufa. <https://news.sputnik.ru/progress/d0118f28a9fed0afd51d5d29d0f90ae57a9c38e>

- Табаков навсегда попрощался со зрителями / Мэтр больше не вернется на сцену <https://nice-westi.com/108131-tabakov-navsegda-poproshchalsya-so-zritelyami-full.html?mnco>

- Интернету грозит уничтожение / Спаси, не сохраний / Будет хуже / Глобальный интернет может распасться на куски, и жители каждой страны будут обитать в своей части сети, говорится в докладе Всемирного экономического форума об угрозах мирового масштаба. В скорой кончине сети в ее привычном виде винят хакеров, которых по уровню могущества сравнили с крупнейшими природными катаклизмами. Хакеров официально назвали самыми могущественными и опасными людьми на земле: кибератаки признаны третьей по уровню опасности угрозой человечеству после стихийных бедствий и глобального потепления. https://news.rambler.ru/internet/38998477/?utm_content=rnews&utm_medium=read_more&utm_source=copylinkhttps://news.rambler.ru/internet/38998477/?utm_content=rnews&utm_medium=read_more&utm_source=copylink

- *Константин Хабенский о своей болезни: с этим справиться нельзя / Константин Хабенский принял участие в передаче "ОК на связи!", в которой рассказал о работе и личной жизни. А еще популярный актер поведал, как борется со звездной болезнью. https://www.dni.ru/showbiz/2018/1/19/389364.html?utm_source=smi2&utm_content=4122985

[tent=4122985](https://www.dni.ru/showbiz/2018/1/19/389364.html?utm_source=smi2&utm_content=4122985)

Как видим, завязкой провокации чаще выступает заголовок. Подзаголовок может подчёркивать остроту сложившейся ситуации, привлекать внимание к эскалации конфликта, возбуждать интерес к социально-конфликтному дискурсу события, провоцировать читателя на углублённое чтение или оценочные суждения. Однако журналисты должны всегда помнить о тех, кому может быть нанесён ущерб вследствие публикации, стремиться к тому, чтобы заголовки, броские сообщения, могущие спровоцировать ответную реакцию, соответствовали действительности. Они не должны освещать события вне контекста и потворствовать нездоровому интересу к сенсациям. Многие конкретные ситуации, отражённые в неэтичных заголовках, воспринимаются адресатами как наносящие репутационный ущерб, ухудшающие имидж, что может быть расценено как речевое преступление и наказываться в законодательном порядке¹.

Анонсы по теме также могут быть завязкой коммуникативного конфликта, который эксплицируется в заголовке. В таких композиционных структурах гиперссылка, начинающаяся словом *далее* и адресом, открывает путь к материалу, заголовок которого однозначен:

- Близкие отвернулись от Кати Семеновой (анонс) / Близкие отвернулись от убитой предательством Кати Семеновой. Далее: https://news.rambler.ru/starlife/39029738/?utm_content=rnews&utm_medium=read_more&utm_source=copylink

- Солженицын ввел в заблуждение пол-России / Ненаучный фантаст Солженицын ввел в заблуждение пол - России http://novostino.ru/news/8/5720015-full.html?utm_medium=cpc&utm_source=MarketGid&utm_campaign=novostino.ru_ru&utm_term=56927427&utm_content=56196073

- Тяжелораненый в перестрелке Невзоров рассказал о покушении / Невзоров рассказал о покушении и перестрелке с киллером/ Журналист Александр Невзоров рассказал в интервью на канале «вДудь» о покушении на свою жизнь в 1990 году. **Да-**

¹ Чернышова Т.В. Современный медиатекст сквозь призму оценочности / Журналистика и культура русской речи. 2011. №1. С. 82.

лее: https://news.rambler.ru/starlife/39021443/?utm_content=rnews&utm_medium=read_more&utm_source=copylink

- **ВС разрешил банкам не отдавать деньги клиентам.** Далее: https://news.rambler.ru/money/39025159/?utm_content=rnews&utm_medium=read_more&utm_source=copylink / Речь идет о тех, кто не может подтвердить происхождение средств. Далее: https://news.rambler.ru/money/39025159/?utm_content=rnews&utm_medium=read_more&utm_source=copylink

В формате данной статьи мы не рассматриваем провокативные языковые стратегии и тактики, используемые в качестве инструментов экстремистского воздействия. Это тема для отдельного исследования. Напомним, что экстремистская деятельность, в том числе средств массовой информации, направленная на совершение действий, направленных на возбуждение расовой, национальной или религиозной розни, а также социальной розни, связанной с насилием или призывами к насилию, унижением национального достоинства, также преследуется законом¹. А Кодекс профессиональной этики российского журналиста требует противодействия экстремизму и ограничению гражданских прав человека по любым признакам, включая признаки пола, расы, языка, религии, политических или иных взглядов².

Продолжая тему нашего исследования, заметим, что сила провокативного внушения во многом зависит от качества личности того, к кому обращена речь. Тем не менее и в «массовых», и в «качественных» изданиях стратегии по интерпретации образа мира и формированию картины мира носят откровенно манипулятивный характер. Осмысление современной картины мира воплощается в гедонистических текстах, манипулирующих динамикой драйв-мышления массового читателя³. Стратегии нарушения общепринятых табу, глумливо-

сти, унижение высокого, апелляции к издёвке над чем-то незыблемым и вечным в сознании людей и др. стали использоваться, чтобы поймать читателя на «крючок эмоций». Адресат волен принять или отвергнуть предложенную ему программу взаимодействия, а в таком случае провокация может быть намеренной, и, следовательно, носить манипулятивный характер действий субъекта провокации.

Преднамеренными, осознанными провокативными по форме и смыслу контента способами привлечения внимания пользователя к последующему информационному сообщению стали *кликбейт-заголовки* (от англ. слов *click* – щелчок и *bait* – наживка). Заведомое искажение смысла сообщения, предвзятая интерпретация фактов, насыщение текста оценочной лексикой, категорические формулировки не могут скрыть манипулятивный характер действий субъекта провокации, обнажают его неэтичный подход. По общепринятому мнению, *провокация строго индивидуальна и может быть направлена только на образованного, умеющего логически мыслить человека. Но если в условиях массовой коммуникации, отмечают учёные, заголовки качественной прессы – это творческая игра, с помощью которой он повышает рейтинг своего издания, то в жёлтой прессе обнаруживается, «сколь велика в них доля цинизма и подчёркнутого натурализма, имеющего целью шокировать рядового читателя, который волен воспринимать это как индикатор нормативности такого мироощущения, постепенно утрачивая здравый взгляд на вещи*⁴. Кликбейт-заголовки обычно недоговаривают суть информационного повода и допускают искажение смысла текста в ущерб качеству, так как используются ради ложных сенсаций и показателей конверсии. Цель таких заголовков – убедить максимальное количество пользователей пройти на страницу с материалом, а изданий – получить доход от онлайн-рекламы. Вызвать у аудитории возбуждение, «подсадить» её на смакование подробностей, развлечь, испу-

¹Ст.1 ФЗ №114. Ст. 13 Федерального закона N 114-ФЗ от 27 июня 2002 года "О противодействии экстремистской деятельности" с изменениями на 29 апреля 2008 года.

² Кодекс профессиональной этики российского журналиста // Правовые и этические нормы в журналистике. С. 198.

³ Анненкова И.В. Указ. соч. С. 195.

⁴ Негрышев А.А. Постмодерн в дискурсивном пространстве СМИ: экспрессия формы или прагматика воздействия? / Журналистика и культура русской речи. 2011. №3. С. 16.

гать или шокировать – главное направление «творческой» работы авторов кликбейт-заголовков. Речевые стратегии и тактики, используемые для этой цели, однозначно признаны предельно примитивными, но, несмотря на это, очень эффективными и универсально воздействующими. Тактика их построения – не раскрывать суть информационного повода, но заинтриговать читателя. Приёмы построения основаны на обилии ярких эпитетов, клишированных конструкций, псевдосенсаций, использовании обращений к читателю на «ты», тактики «своего парня» и др. Цель изданий, применяющих кликбейт-заголовки, – разбудить скучающую аудиторию, вызвать удивление, шокировать и т.п. Некоторые из них:

- **Во что президент России вовлечет россиян** https://content.directadvert.ru/news/?id=298777&a_id=7551028&utm_term=267116&tag=darecommendfox_267116

Козни продажного Минска раскрыты <https://nice-westi.com/108653-kozni-prodazhnogo-minska-raskryty-full.html?mnco>

- **Этот человек навевает тихий ужас на Запад похлеще Путина! Факты шокировали!** http://perelaznews.blogspot.ru/2016/03/blog-post_1514.html

- **Найденное подо льдами Антарктиды заставит мир содрогнуться!** <https://ostrnum.com/najdennoe-podo-ldami-antarktidy-zastavit-mir-sodrognutsya> *Волочковой отрезжут ноги* <https://utro.ru/showbiz/2018/01/22/1349657.shtml>

- **Больная Пугачева замерзла на крыше на съемках огонька** <http://www.eg.ru/showbusiness/446949>

- **Я расплатилась очень жестоко... Мне отрезали голову»** https://www.gazeta.ru/culture/2018/01/22/a_11622074.shtml

Ревнивый муж прилюдно избил Клару Новикову <http://www.womanhit.ru/stars/news/>

[2017-12-28-revnivyy-muzh-priljudno-izbil-klaru-novikovu/](http://www.womanhit.ru/stars/news/2017-12-28-revnivyy-muzh-priljudno-izbil-klaru-novikovu/)

- **Эту гору денег я заработал за 5 дней на этой хитрющей системе из города Москва!** http://news-once.com/?fa821dba_ipp_uid2=6RNGBs9X03Y9Gu2o%2fJIZRQbj8K11HvljUzJy9Ew%3d%3d&fa821dba_ipp_uid1=151675322699

Сегодня задачу по привлечению внимания аудитории выполнить всё труднее, в частности из-за субъективного ощущения бессмысленности слова, которое ещё недавно было осмысленным (явление сатиации, т.е. пресыщения у адресата темой, невосприятие её как стимулятора чувств). Эта проблема заставляет авторов использовать тактику скрытого внедрения в психику адресата целей, желаний, намерений, отношений или установок, не совпадающих с теми, которые имеются у адресата в данный момент. Успехов в достижении этой цели добились и специалисты в области провокационного маркетинга. В ситуации потребительского иммунитета к рекламе они позиционируют рекламные акции как явления, события из ряда экстраординарных, но их «сенсационность» представляется не рекламными, а журналистскими приёмами, поэтому называется *тактикой скрытой рекламы*.

Подводя итоги, следует сказать, что речевые приёмы провокативных стратегий и тактик в современном медиадискурсе должны быть глубоко осмыслены как журналистом, так и адресатом. Широко используемые не только в жёлтой прессе, но и в серьёзных текстах о политике, экономике, образовании, они во многом формируют сознание людей, воплощают стандарты речевой этики и культуры в целом.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Анненкова, И.В. Медиадискурс XXI века. Лингвофилософский аспект языка СМИ. – М.: Изд-во МГУ, 2011.
2. Зарецкая, Е.Н. Риторика: Теория и практика речевой коммуникации. - М., 1998. - URL: [http://school4you.ru/download/orator\(2\)/Зарецкая%20Е.Н.%20-%20Риторика.pdf](http://school4you.ru/download/orator(2)/Зарецкая%20Е.Н.%20-%20Риторика.pdf)
3. Иссерс, О.А. Стратегия речевой провокации в публичном диалоге. – URL: <http://philology.ru/linguistics2/issers-09.htm>
4. Караулов, Ю.Н. Язык СМИ как модель общенационального языка // Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования: тезисы докладов Международной научной конференции /под общ. ред. М.Н. Володиной, М.Л. Ремневой. - М.:

Изд-во МГУ, 2001.

5. Клушина, Н.И. Стилистика публицистического текста. – М.: МедиаМир, 2008.
6. Кодекс профессиональной этики российского журналиста. Правовые и этические нормы в журналистике / сост. Е.П. Прохоров, Г.М. Пшеничный, В.М. Хруль. – М.: Аспект Пресс, 2004.
7. Колесниченко, А.В. Техника и технология СМИ. Подготовка текстов: учебник и практикум для академического бакалавриата / А.В. Колесниченко. — М.: Юрайт, 2017. - Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс. – URL: <http://static.myshop.ru/product/pdf/268/2676530.pdf>
8. Крысин, Л.П. Толковый словарь иноязычных слов. – 4-е изд, стереотип. – М.: Рус. яз., 2002.
9. Кумылганова, И.А. Этические основы информационных коммуникаций: зарубежные подходы и традиции. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2013.
10. Лазарева, Э.А. Заголовочный комплекс – средство организации и оптимизации восприятия // Изв. Урал. гос.ун-та. – 2006. - №40. - С. 158-166.
11. МАС / под ред. А.П. Евгеньевой. – 4-е изд., стер. – М.: Рус.яз., Полиграфресурсы, 1999.
12. Маслова, В.А. Политический дискурс: языковые игры или игры в слова? - URL: http://journals.uspu.ru/i/inst/ling/ling24/ling_4%2824%292008_maslova.pdf
13. Мухортов, Д.С., Краснова, А.В. Дискурсивные маркеры манипуляции как реализация субъективно-оценочного акта говорящего / Политическая лингвистика. – URL: <http://journals.uspu.ru/attachments/article/1415/15.pdf>
14. Негрышев, А.А. Постмодерн в дискурсивном пространстве СМИ: экспрессия формы или прагматика воздействия? / Журналистика и культура русской речи. - 2011. - №3.
15. Ожегов, С.И. Словарь русского языка / под ред. Н.Ю. Шведовой. – 15-е изд., стереотип. – М.: Рус. яз., 1984.
16. Прохорова, К.В. Коммуникативный конфликт в заголовочном комплексе // Журналистика и культура русской речи. - 2011. - №4. - С. 51.
17. Чернышова, Т.В. Современный медиатекст сквозь призму оценочности / Журналистика и культура русской речи. - 2011. - №1.
18. Чернявская, В.Е. Дискурс власти и власть дискурса. Проблемы речевого воздействия. – М.: Флинта, 2012.
19. Шостак, М.И. Репортер: профессионализм и этика (из серии «Практическая Журналистика»). - М.: Изд. РИП-холдинг, 2001.
20. Языковые изменения конца XX столетия / ИЛИ РАН; под ред. Г.Н. Складневской. – М.: Астрель: АСТ, 2001.

УДК: 364.14

ББК: 76.02

Фролова Т.И.

ЖУРНАЛИСТСКАЯ ЭТИКА: ОСОБЫЕ СИТУАЦИИ И ОСОБЫЕ ГЕРОИ

Frolova T.I.

ETHICS IN JOURNALISM: PARTICULAR CASES AND SPECIAL CHARACTERS

Ключевые слова: деонтология, профессиональная этика, журналистика, кодификация, принципы, нормы и правила этики, частная жизнь, медицина и здравоохранение, дети, меньшинства, жертвы преступлений.

Keywords: deontology, professional ethics, journalism, codification, principles, norms and rules of ethics, privacy, medicine and health, children, minorities, victims of crimes.

Аннотация: данная статья представляет собой обзор и систематизацию документов, отражающих профессиональное сознание журналистов по различным тематическим направлениям, имеющих целью раскрыть связь основных этических принципов с нормами и правилами профессиональной деятельности, а также оценить реальное состояние информационного поля с данных позиций. В обзор включены документы различных уровней – от международных кодексов до редакционных уставов – посвященные репрезентации вопросов частной жизни, медицины и здравоохранения, взаимодействию с детьми и подростками, жертвами преступлений, представителями меньшинств. Рассматриваются перспективы дальнейшего развития кодификации этических норм в журналистике.

Abstract: this article is a comprehensive review of documents reflecting the professional mentality of journalists in various thematic areas, which is aimed at revealing the connection of the basic ethical principles with the norms and rules of professional activity, as well as assessing the actual state of the information field from this point of view. The review includes a variety of documents of different level – from international codes to editorial charters – devoted to privacy issues, medicine and healthcare, interaction with children and adolescents, victims of crime, and minorities. Prospects for the further development of codification of ethical norms in journalism are regarded.

Проблематика профессиональной этики сегодня, в эпоху экзистенциальных разрывов, в период интенсивных поисков сущностных опор любой созидательной деятельности, в ситуации оживления информационных войн, актуален более чем когда-либо ранее. Особую остроту поискам смысла придает явственное, подчас демонстративное пренебрежение принципами и нормами общественной и личной морали, выдаваемое за новую «нравственность», якобы обусловленную вызовами информационной эпохи. Журналистика и социальные коммуникации как род деятельности и бытия оказались в авангарде этих процессов.

Профессиональная этика журналиста, а вслед за ней медиаэтика в последнее двадцатилетие выделились как самостоятельная область отечественной научной мысли.

Приоритет в постановке современного понимания проблемы принадлежит Д.С. Авраамову¹ и Г.В. Лазутиной²; при этом следует отдать должное их предшественникам³. В этих работах получили толкование основные теоретические положения профессиональной этики журналиста. Не менее значимы исследования профессиональной этики, осуществленные тюменским Центром

¹ Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста. Парадоксы развития, поиски, перспективы. М., 1991; Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста. 2-е изд., испр. и доп. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2003.

² Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста. – М.: Аспект Пресс, 1999.

³ Теплюк В.М. Социальная ответственность журналиста. – М., 1984; Муратов С.А. Нравственные принципы журналистики – М., 1994; Шостак М.И. Репортер: профессионализм и этика. – М., 1999.

прикладной этики¹, а также переводная литература². В ряду достижений должны быть названы также работы И.М. Дзялошинского, Ю.В. Казакова, И.А. Кумылгановой, М.М. Лукиной, С.К. Шайхитдиновой³. Пожалуй, в реестр критически важной в данном контексте литературы следует зачислить и работы более общего характера, выдвигающие в центр научного дискурса проблематику ценностей в журналистике⁴.

Параллельным курсом развивались процессы погружения профессионального сознания журналистов в анализ практических ситуаций, часто проблемного, преимущественно конфликтного характера. Представляя собой институционально организованное воздействие журналистского сообщества на поведение его членов, коллективная рефлексия (общее мнение профессиональной среды) – это форма самоконтроля, направленная на коррекцию профессионального поведения. Практика Судебной палаты по информационным спорам, Большого жюри Союза журналистов России, Общественной коллегии по жалобам на прессу, региональных советов по информационным спорам, несмотря на их недостаточную эффективность, все же имеет немалое значение в развитии профессионального сознания и поведения российских журналистов. Ситуация тотального нрав-

ственного нигилизма с трудом, но преодолевается, нормы этики постепенно внедряются в практику.

Обсуждение информационных споров и принятия решений по ним опирается на нормативный фонд в виде профессиональных этических кодексов: межнациональных, национальных, корпоративных, редакционных уставов. Все эти документы рассматривают преимущественно общие, категориальные проблемы профессиональной этики, фиксируют основные принципы. С учетом того, что процесс их кодификации в мировом масштабе начался примерно столетие назад, это понятно. В дальнейшем профессиональное сознание журналистов развивалось по пути утверждения основных принципов, их иерархизации, пересмотра приоритетов⁵, а также углубления в конкретные области деятельности, что имело особый прагматический смысл.

Развитие данной проблематики предполагает как помещение профессиональной этики в более общее смысловое поле деонтологии журналистики, прояснение связей журналистской этики с другими константами профессии (С.Г. Корконосенко, Г.В. Лазутина, Е.П. Прохоров⁶), так и детальную проработку конкретных направлений, дальнейшую инструментализацию профессиональных норм. Последнее положение требует уточнений: с одной стороны, журналист всегда находится в ситуации морального выбора, который он совершает самостоятельно в соответствии с собственными представлениями о профессиональном долге и чести («тихий голос совести»), с другой – профессиональные действия направляются нормами и правилами, выработанными в процессе длительного осмысления опыта и его кодификации в этических кодексах. Проблема состоит в том, чтобы обеспечить журналиста и профессиональные сообщества такими ориентирами, одновременно поощряя атмосферу дискуссионности и вы-

¹ Бакштановский В.И., Согомонов Ю.В. Моральный выбор журналиста. - Тюмень, 2002; Тетради гуманитарной экспертизы. Медиаэтос. (1-6) – Тюмень, 1999 – 2005.

² Ламбет Э.Б. Приверженность журналистскому долгу. Об этическом подходе к журналистской профессии. М., 1998; Уайт А. Говорить только правду. – М.: СЖ, 2009; Фихтелиус Э. Сложное искусство работы с информацией. М.: МедиаМир, 2008.

³ Дзялошинский И.М. Профессиональная этика журналиста. – М.: Юрайт, 2017; Казаков Ю.В. На пути к профессионально правильному. Российский медиаэтос как территория поиска. – М., 2001; Кумылганова И.А. Этические основы информационных коммуникаций: зарубежные подходы и традиции. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2013; Лукина М.М. Технология интервью. М.: Аспект Пресс, 2010; М.: Шайхитдинова С.К. Информационное общество и "ситуация человека" (Эволюция феномена отчуждения). - Казань: Изд-во Казанск. ун-та, 2004.

⁴ Журналистика. Общество. Ценности / ред.-сост. В.А. Сидоров. СПб.: Петрополис, 2012; Массмедиа и ценностные отношения общества / под ред. Г.В. Лазутиной. М.: МедиаМир, 2013.

⁵ Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста, С. 57-60.

⁶ Корконосенко С.Г. Теория журналистики: моделирование и применение: учеб. пособ. М.: Логос, 2010; Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики: учебник. 7-е изд., испр. и доп. М.: Аспект Пресс, 2009;

сокой требовательности к журналистам как со стороны потребителя (аудитории), так и корпоративную рефлексию. В документах до сих пор недостаточно детально проработанных рекомендаций, позволяющих гармонизировать ситуацию выбора. В то же время не только субъекты профессионального сознания, но и потребители информации остро нуждаются в качественной журналистике, все более настойчиво предъявляя свои требования. В этой ситуации уместно обратиться к темам, которые стали объектом особого внимания в профессионально-этических документах и тщательно проработаны – они могут служить своего рода образцом, прецедентом развития профессионального сознания, совершившего движение от общих принципов к конкретизации норм и правил и служащих ориентиром в сложных ситуациях. Несмотря на то, что следование этим установлениям остается весьма проблемным, важно, что ориентиры имеются.

Методологически настоящая статья представляет собой обзор и систематизацию тематических положений документов, в которых содержатся принципы, нормы и правила профессиональной этики журналиста применительно к отдельным конкретным ситуациям журналистской практики. Это документы разного уровня – от международных кодексов до редакционных уставов. Задачи обзора видятся в том, чтобы привлечь внимание к актуальной этической проблематике, показать связь общих принципов с конкретными нормами и правилами; представить совокупность кодифицированных норм по ряду конкретных тем, а также оценить информационное поле с данных позиций. В тексте статьи представлены положения следующих документов: Декларация принципов поведения журналистов (МФЖ, 1954 г., 1986 г.); Кодекс профессиональной этики российского журналиста (СЖ РФ, 1994 г.); Кодекс этических норм (Общество профессиональных журналистов, 1996 г.); Хартия телерадиовещателей (1999 г.); Медиаэтический стандарт-2015 (Общественная коллегия по жалобам на прессу, 2015 г.); Принципы журналистской деятельности, рекомендованные Германским советом по делам печати (1973 г.); Хартия профессио-

нальных обязанностей французских журналистов (1918 г.); Этический кодекс комиссии по жалобам на прессу (Великобритания, 1999 г.) и др.

Предваряя обзор, следует отметить, что представленные положения опираются на основной этический принцип – принцип гуманизма, развивают его. Как в историческом понимании (приоритет морали, ненасилие, запрет жестокости), так и в современном контексте (создание общественных условий, максимально благоприятных для развития человека) принцип предполагает признание ценности человека как личности, его права на свободное развитие и проявление своих способностей; благо человека как критерий оценки общественных отношений. В профессиональных этических кодексах принцип гуманизма прочитывается как право на получение достоверной, точной, полной и непредвзято поданной информации, способствующей формированию у каждого из тех, кто имеет дело с журналистской продукцией, адекватной картины мира. Журналисты должны смело говорить обо всех положительных и отрицательных сторонах природы человеческой, даже когда многим это не нравится, дорожить собственными культурными ценностями, не навязывая их другим, избегать стереотипов в отношении к людям, помнить, что сбор и публикация информации могут нанести вред и причинить боль.

Частная жизнь. В числе таких особых ситуаций, репрезентация которых нуждается в особо тщательном регулировании, можно назвать частную жизнь, которая подразумевает в современном демократическом обществе право граждан вести жизнь по собственному усмотрению при минимальном постороннем вмешательстве в нее: это личная, семейная и домашняя жизнь, физическая и духовная неприкосновенность чести и репутации. По отношению к публичной сфере данное право означает недопустимость представления человека в ложном свете, нераскрытие не связанных с общественным интересом неблагоприятных фактов, запрет на несанкционированную публикацию частных фотографий, защищенность от неоправданных или недопустимых бестактных действий журналистов,

защиту от неправильного использования журналистами материалов личной переписки.

В реальности частная жизнь в ее многочисленных и незнакомых ранее аудитории версиях переполняет медийное пространство. Телевизионные «народные ток-шоу» на каждом федеральном телеканале, конфликтно-бытовые очерки и репортажи массовых газет, включая региональные, высокотиражный журнальный глянец с бытовой тематикой очерков и интервью, социально-бытовая драма телесериалов, контент сайтов и социальных сетей, форумы. Не только герои журналистских текстов и программ, но и их авторы стали объектом публичного, подчас безжалостного внимания. С развитием современных коммуникаций люди, несмотря на многочисленные и множасьщиеся этические стандарты, стали по-настоящему незащищенными от информационного произвола.

В таких условиях уместно вспомнить не только о действиях, которые являются объектом правового регулирования (клевета, диффамация, оскорбление) - немало и таких обстоятельств, которые, не являясь правонарушениями, попирают гражданские права с позиций морали и нравственности. Этические принципы и нормы освещения частной жизни берут под защиту частную жизнь человека: и закон, и этика признают право на частную жизнь; оно оговаривается во всех кодексах профессиональной этики - защита достоинства человека, его репутации в соответствии с нормами международного и национального права (неприкосновенность жилища, тайна переписки). То обстоятельство, что какое-либо лицо фигурирует в новостях, не лишает его права на уважение частной жизни. Этические кодексы декларируют уважение достоинства человека: корректность в отношении репутации, отказ от использования клеветы, оскорбления, диффамации. Не менее важно осознание угрозы дискриминации человека по признакам расы, пола, сексуальной ориентации, языка, религии, политических и иных взглядов, национального или социального происхождения – журналисты обязаны заботиться о предотвращении такой угрозы. Лишь крайняя необходимость, про-

диктованная преобладающими общественными интересами, может оправдать вторжение в частную жизнь, при этом на первый план выходят правомерность и оправданность преодоления журналистом и редакцией запрета на вмешательство в частную жизнь. Случаи вторжения должны инициативно и тщательно обосновываться редакцией и могут становиться предметом специального критического изучения органом медийного саморегулирования.

Детализация принципов и норм, о которой мы говорили, содержится в рекомендациях такой международной гуманитарной организации, концентрирующей внимание на правозащитной деятельности, как Совет Европы¹ (Россия - член СЕ). Этот документ разделяет правила по отношению к публичному лицу и обычным гражданам. Публичным лицом является человек, занимающий государственную должность и/или использующий государственные ресурсы и, в более широком смысле, лицо, которое играет роль в общественной жизни, в политике, экономике, искусстве, социальной сфере, спорте или в других отраслях. СМИ могут собирать и распространять информацию о частной жизни публичных лиц с их согласия, которое не должно быть получено обманным путем и могут вмешиваться в частную жизнь публичных лиц только в том случае, если общественный интерес к этой информации является «превалирующим и оправдывающим». При этом простое любопытство или жажда сенсации никогда не может оправдать нарушение права на уважение частной жизни. Оценка степени общественного интереса, оправдывающая вмешательство в частную жизнь, установлена Европейским судом по правам человека: «публикация должна быть в интересах общества, а не общество заинтересовано в ней».

Дальнейшая детализация правил гласит: можно публиковать сведения, открыто представленные в блогах и соцсетях; об образе жизни, если он не соответствует публичному имиджу и уровню доходов; о частной и семейной жизни, если он не соответствует публичному статусу героя; совер-

¹ <https://www.coe.int/en/web/portal>

шенные ранее незначительные правонарушения не следует упоминать. Не должна распространяться без согласия публичного лица следующая информация: о его религиозных убеждениях, о месте жительства, о неприличном поведении родственников и друзей (за исключением случаев, если персона способствует ему или поддерживает его), об имуществе родственников (исключение: публичное лицо способствовало его приобретению). СМИ должны предоставить публичному лицу право на ответ.

Гораздо строже этические нормы по отношению к обычным гражданам. Не играя ответственной роли в обществе, обычные граждане должны в максимальной степени быть защищенными от освещения их частной жизни. Тот факт, что их персональные данные ранее уже были опубликованы, не оправдывает их появление в другом СМИ.

Говоря о нормах репрезентации частной жизни в СМИ, необходимо обратить внимание на этическую коллизию, которая ярко обозначила себя в последние годы: право на частную жизнь и право на публичность противоречат друг другу. Внедрение новых коммуникационных технологий влияет на отношение людей к приватности. Нарушение неприкосновенности перестало восприниматься как проблема. Частная жизнь стала популярным информационным поводом: стремление привлечь к себе внимание распространилось на рядовых граждан (реалити-шоу, социальные сети, блоги и т.д.). Современные коммуникации породили не только открытую информационную среду, но и так называемое «право на публичность». Люди широко делятся обстоятельствами частной жизни, подчас соревнуясь в максимальной реализации этого права. Немалое число публичных людей охотно выкладывает свои «секреты на миллион», провоцируя тем самым и журналистов, и аудиторию на допустимость нарушений в отношении всех и каждого. Фактически люди согласны на нарушение их прав на неприкосновенность частной жизни, вспоминая о «праве на приватность» лишь в тех случаях, когда общая практика обнаженности открывает их с неприглядной стороны (и то не всегда). Соблазн преступить разум-

ные этические границы, по сути, приобрел характер медийной эпидемии. Безразлично ли это обществу? При том, что создается устойчивое впечатление, что «все согласны» с нарушениями, это, безусловно, заблуждение. Размывание моральных устоев общества, в котором активно участвуют СМИ, абсолютно безнравственно, какими бы ложными посылами и рейтингами оно ни оправдывалось. И здесь недостаточно одной только кодификации норм. Нужны более действенные стратегии.

Медицина и здоровье. Продолжая разговор об этике освещения частной жизни, нужно особое внимание уделить медицинской тематике. Физические и душевные заболевания или расстройства людей входят в сферу их личной жизни. Ограничение на вторжение в частную жизнь имеет особое значение в случае наведения справок о лицах, находящихся в больницах, домах престарелых, пансионатах, реабилитационных центрах. На территории больниц и подобных учреждений журналисты должны представляться администрации. Существует понятие «неподобающее освещение», когда речь идет о недопустимости сенсационности в освещении страданий людей; обстоятельствах и подробностях болезни, смерти, ухода из жизни. Те же правила относятся к визуальным материалам, а также распространяются на умерших людей и их близких. Обычно интервью с пациентами больниц или других лечебных учреждений могут проводиться только с разрешения руководства клиники. В любом случае СМИ должны воздерживаться от интервьюирования лиц, лишенных достаточного понимания или серьезно пострадавших. Исключения допустимы в случаях расследования медицинской халатности, причинения вреда по небрежности врачей, коррупции или другой проверки жалоб на персонал лечебных учреждений или других случаях по инициативе пациентов.

Многие национальные и корпоративные кодексы уделяют внимание теме медицинских исследований. При публикации материалов на медицинские темы следует избегать сенсационности, способной вызвать у аудитории необоснованные надежды или опасения; следует проявлять особую тща-

тельность и ответственность при публикации исследований, направленных на борьбу с серьезными заболеваниями; результаты исследований на ранних стадиях нельзя подавать как окончательные; нельзя сеять необоснованную надежду; но при этом критика не должна вызывать у больных чувство неуверенности и сомнения в успехе лечения.

Особой осторожности требует освещение проблемы самоубийств. Это острая для России тема – в стране совершается, по разным данным, от 17 до 25 суицидов на 100 тыс. населения, актуальна ситуация с детскими и подростковыми самоубийствами. Необходимо проявлять особую осторожность, принимая во внимание опасность, заключающуюся в вероятности вдохновить на совершение самоубийств других людей, вызвать подражательный эффект. Не менее важно с уважением относиться к чувствам родственников. Роспотребнадзор обратился к журналистам со следующими рекомендациями: избегать размещения сообщений на видных местах; ограничивать остроту подачи, ограничиваться краткими сообщениями; избегать эмоциональности, предпочитать нейтральный тон; не представлять суицид обыденным явлением, не героизировать поступок, не драматизировать, не брать интервью у близких; избегать использования изображений; в интернете не размещать подборок на похожие происшествия; публиковать истории о том, как личности удалось справиться с трудностями; прибегать к помощи компетентных специалистов. Как видим, имеются не только зарубежные корпоративные документы, детально прописывающие действия журналистов в этически сложных ситуациях, но и вполне разумные отечественные рекомендации. Однако, как нам известно, журналисты с достаточной долей скепсиса отнеслись к этим рекомендациям.

Как и в случае с общими правилами освещения частной жизни, ограничения распространяются на представителей меньшинств – этнических, религиозных, сексуальных. Это социальные группы, нередко обделенные политическими, экономическими, социальными свободами. Они ищут поддержку со стороны СМИ и часто ее

находят, однако для журналистов характерна также подверженность стереотипизации; это своего рода испытание на независимость. Негативные стереотипы, как правило, являются следствием незнания или проводниками чьих-либо интересов, а репортеры (обычно — представители большинства) бессознательно выражают эти взгляды. Примером может служить освещение межэтнических конфликтов и показ представителей малых групп в ситуации бесчинств, протестов, столкновений. Это формирует негативный стереотип враждебной, разрушительной, воинствующей нации. Похожая ситуация с освещением религиозных конфликтов («малые» и «большие» конфессии).

Дети. Прежде всего следует обратить внимание на более общие документы – Конвенцию ООН о правах ребенка¹ (1989г.), «Нормы и принципы освещения СМИ вопросов, касающихся детей»² (2001г.), «Принципы ЮНИСЕФ в отношении журналистских репортажей о детях»³ (2004 г.). Эти документы утверждают: достоинство и права каждого ребенка должны соблюдаться в любых обстоятельствах; настаивают на неотъемлемости прав каждого ребенка на частную жизнь и конфиденциальность, на выслушивание его мнения, на участие в принятии затрагивающих его решений, а также на защиту детей от любых неприятностей и наказаний, в том числе потенциальных. Журналисты должны помнить о том, что насущные интересы каждого ребенка необходимо защитить прежде всего; они стоят выше всех прочих соображений, в том числе решения общих проблем детей и содействия развитию прав ребенка. При попытке установить насущные интересы ребенка право ребенка на принятие в расчет его мнения учитывается в соответствии с его возрастом и зрелостью. Необходимы консультации с теми, кто находится ближе всех к ребенку по поводу последствий интервьюирования и других действий. Нельзя публиковать материалы или фотографии,

¹ http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/childcon

² <https://www.unicef.org/eca/mediachildrights-russian.pdf>

³ http://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30353765

которые могут поставить под угрозу ребенка, его братьев, сестер или сверстников, даже в случае изменения или неуказания их имен. Интервьюирование детей также предполагает следование правилам: не навредить ребенку; избегайте вопросов, высказываний и комментариев, которые поверхностны и равнодушны к культурным ценностям, которые подвергают ребенка опасности или унижению, которые заставляют ребенка заново пережить боль и страдания тяжелых событий; при отборе детей для интервью не прибегайте к дискриминации их на основании пола, расы, возраста, религии, общественного положения.

Дети – объект повышенной заботы практически во всех профессиональных этических кодексах. При общении с детьми требуется проявлять особую осторожность, не травмировать их психику. Не допускается интервьюирование, фотографирование и съемка несовершеннолетних без согласия их родителей или опекунов. Когда дети находятся в школе, нельзя с ними беседовать без разрешения школьного руководства. Не допускается идентификация детей, ставших жертвами преступлений, в особенности сексуального характера: личность ребенка не должна указываться, детали не должны привести к идентификации потерпевшего ребенка. Рекомендуется не называть имена детей при сообщении о семейных конфликтах. Не раскрывается внешность ребенка в визуальных материалах. Не следует прибегать к инсценировкам и просить детей рассказать то, чего не было.

Как видим, взаимодействие с детьми детально проработано во множестве документов самого разнообразного характера. Однако опыт освещения конфликтных ситуаций в российских СМИ – история «ивантеевского стрелка», недавний конфликт в пермской школе и др. – в российских СМИ показывает, что эти правила повсеместно нарушаются.

Преступления и несчастные случаи.

События такого рода в силу своего драматизма привлекают повышенное внимание журналистов. В 90-е годы, когда поток подобной информации в СМИ резко возрос, потребность в ее регламентации вызвала к жизни «Декларацию гильдии судебных ре-

портеров»¹, в которой актуальность профессионально-этического отношения к деятельности журналистов объяснялась следующим образом: «чернуха», низкопробный криминальный репортаж вытесняет квалифицированные материалы, ориентированные на идеи правосудия, анализирующие социальные и иные причины преступлений; это положение не отвечает интересам демократии, права, правосознания; необходима защита репутации честных журналистов от дилетантских подходов, девальвировавших в глазах общества профессию. Декларация провозгласила в качестве основных принципов «презумпцию добропорядочности всех лиц» (для любых обвинений требуются веские аргументы). Решение о виновности или невиновности выносит только суд; при этом презумпция невиновности не препятствует журналистским расследованиям. Журналист может выдвигать обвинение, если располагает убедительными основаниями. Детализируя этические правила расследований, декларация утверждает: журналист вправе использовать «утечки» информации, но не может публиковать их без проведения расследования; объект критики имеет право изложить свою точку зрения до публикации; недопустима критика в грубых и унижающих достоинство выражениях; журналист вправе критиковать органы следствия, аргументируя это ссылкой на закон, а также говорить о негуманности следственных мероприятий; уважение к суду безусловно, решение суда подлежит исполнению. При этом журналисты могут критиковать пороки судебной системы, ошибки судей, обсуждать приговор. Недопустимо «давление на суд»: неграмотное комментирование, одностороннее освещение без предоставления слова обеим сторонам, распространение порочащих сведений о судьях, не имеющих отношения к делу.

Простое наблюдение показывает, что и эти правила повсеместно нарушаются, особенно в телевизионной журналистике и массовых СМИ. Это обстоятельство вызвало к жизни программу «Чистые перья», инициированную Союзом журналистов России в 2003 г., которая имела целью

¹ <http://www.guild.ru/info/23/deklaratsiya>

борьбу с вовлечением СМИ в процессы коррупции, против заказных материалов и непроверенного компромата и материальную поддержку независимых журналистских расследований по теме, связанной со злоупотреблением властью и коррупцией. Участие в программе предусматривало предварительную экспертизу расследования до публикации и «право на ответ» для объекта расследования.

Этические нормы и правила при сообщении о преступлениях и расследованиях, общении с преступниками, жертвами, «третьими лицами» достаточно подробно разработаны в этических кодексах разных уровней и стран. Так, при публикации материалов о преступлениях упоминание принадлежности подозреваемого к тому или иному религиозному, этническому или другому меньшинству допустимо лишь в случае, если оно способствует лучшему пониманию описываемых событий, т.к. такие упоминания могут вызвать волну предубеждений; особое внимание уделяется потенциально уязвимому положению детей; необходим отказ от неподобающей сенсационности в материалах о насилии и жестокости. Желательно обратить внимание на такие вопросы, как, например, следующие: почему легко купить оружие? почему в обществе распространены равнодушие и безучастность? почему психологическая неустойчивость преступника не вызвала вопросов у профессионалов? Напротив, нежелательны для упоминания детали преступления, особенно эротические, шокирующие элементы биографии, превращение преступника в общенациональную знаменитость (ложные ориентиры и опасные модели для подражания, придание огласке может помешать раскрытию преступления), опрос свидетелей, слежка за полицейскими.

По отношению к преступникам и обвиняемым следует придерживаться таких правил: до вынесения судебного приговора обвиняемого нельзя называть виновным; если есть основания полагать, что подозреваемый невиновен, то не следует публиковать его имя и фотографии; в случае незначительных преступлений, совершенных молодыми людьми, в интересах их будущего следует отказаться от публикаций их имен и

позволяющих идентифицировать их фотографии. Интервью с преступниками не запрещены законом, но нуждаются в ограничениях. Являются нарушением журналистской этики, если оправдывают или преуменьшают совершенные преступления, ложатся тяжелым бременем на плечи пострадавших, если служат удовлетворению тяги аудитории к сенсациям. Недопустимы подробные описания преступлений и правонарушений. Нельзя брать интервью у преступников во время совершения преступлений.

Не менее важны правила в отношении жертв преступлений и несчастных случаев. Границы допустимого в освещении несчастных случаев и катастроф определяются уважением к испытаниям жертв и чувствам близких: нельзя подвергать их дополнительным страданиям через изображение в СМИ; нельзя сообщать имена жертв и потерпевших до тех пор, пока не будут поставлены в известность их ближайшие родственники; жертвы имеют право на особую защиту их имен; недопустимы фото- и видеоматериалы с подробностями происшествий; следует избегать идентификации родственников или друзей лиц («третьих лиц»), осужденных за преступление или обвиняемых в совершении преступления, без их согласия. Особое внимание уделяется положению детей. Визуализация жертв также имеет строгие ограничения: не следует публиковать имена пострадавших и всегда сопоставлять право общества на получение информации с личными правами людей. Потребность в сенсации не может служить оправданием общественного интереса. Жертвы имеют особое право на защиту имен, но отчасти это имеет отношение и к обвиняемым. Недопустима публикация имен и фотографий членов семей и прочих посторонних людей. Исключения составляют известные люди или особые обстоятельства, но и здесь требуется осторожность.

В настоящем обзоре рассмотрены лишь некоторые конкретные профессиональные области и ситуации, в отношении которых в профессиональных кодексах и редакционных уставах кодифицированы установления, регламентирующие этические – т.е. должные, правильные, морально

допустимые – действия журналистов. Перечень ситуаций, отрефлексированных на данный момент в документах, может быть продолжен: это, например, террористические атаки, избирательные кампании, практика фоторепортажа и цифровой фотографии, отчасти телевизионная журналистика. В целом же следует признать, что проработка этических норм и правил в отношении многих конкретных зон отмечена неполнотой, подчас противоречивостью. Это естественно: процесс кодификации развивается, создаются новые журналистские корпорации и сообщества, рождаются свежие документы. Помимо этого, расширяется и наше представление о коммуникациях, структуре информационного поля¹, что также отражается в появлении новых этических документов. Надо полагать, что данные процессы потенциально способны оптимизировать медиапространство, снизить количество этических нарушений.

Вместе с тем справедливость требует признать, что ситуация, связанная с деонтологией журналистики в целом и профессиональной этикой в частности, достаточно сложна во всем мире. Ее острота вызвала активизацию движения этической журналистики². Эпоха «постистины», «постправды» — это наше время; время, когда истина потеряла ценность для общества: глухота к фактам и отказ от критического осмысления информации, ориентация на собственные ощущения, зависимость интерпретации от «контекста» нарастают в журналистской практике и представляют серьезную угрозу для общества. Этический кризис профессии, имея внешние и внутренние проявления, стал предметом активного обсуждения в обществе и журналистской корпорации. Тем значимее внимание к результатам, уже достигнутым профессиональным сообществом в кодификации этических норм, тем настоятельнее потребность в разработке и освоении новых результатов.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Авраамов, Д.С. Профессиональная этика журналиста. Парадоксы развития, поиски, перспективы. - М., 1991.
2. Авраамов, Д.С. Профессиональная этика журналиста. - 2-е изд., испр. и доп. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2003.
3. Бакштановский, В.И., Согомонов Ю.В. Моральный выбор журналиста. - Тюмень, 2002.
4. Дзялошинский, И.М. Профессиональная этика журналиста. – М.: Юрайт, 2017.
5. Журналистика. Общество. Ценности / ред.-сост. В.А. Сидоров. - СПб.: Петрополис, 2012.
6. Казаков, Ю.В. На пути к профессионально правильному. Российский медиаэтнос как территория поиска. – М., 2001.
7. Корконосенко, С.Г. Теория журналистики: моделирование и применение: учеб. пособ. - М.: Логос, 2010.
8. Кумылганова, И.А. Этические основы информационных коммуникаций: зарубежные подходы и традиции. - М.: Изд-во Моск. ун-та, 2013 .
9. Лазутина, Г.В. Информационное поле страны: актуальность изменений в условиях цифровой революции // Журналист. Социальные коммуникации. – 2017. - №4.
10. Лазутина, Г.В. Профессиональная этика журналиста. – М.: Аспект Пресс, 1999.
11. Ламбет, Э.Б. Приверженность журналистскому долгу. Об этическом подходе к журналистской профессии. - М., 1998.
12. Лукина, М.М. Технология интервью. - М.: Аспект Пресс, 2010.
13. Массмедиа и ценностные отношения общества / под ред. Г.В. Лазутиной. - М.: МедиаМир, 2013.

¹ Лазутина Г.В. Информационное поле страны: актуальность изменений в условиях цифровой революции // Журналист. Социальные коммуникации, 2017, №4.

² www.ethicaljournalism.org

14. Муратов, С.А. Нравственные принципы журналистики. - М., 1994.
15. Прохоров, Е.П. Введение в теорию журналистики: учебник. - 7-е изд., испр. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2009.
16. Теплюк, В.М. Социальная ответственность журналиста. - М., 1984.
17. Уайт, А. Говорить только правду. – М.: СЖ, 2009.
18. Фихтелиус, Э. Сложное искусство работы с информацией. - М.: МедиаМир, 2008.
19. Шайхитдинова, С.К. Информационное общество и "ситуация человека". (Эволюция феномена отчуждения). - Казань: Изд-во Казанск. ун-та, 2004.
20. Шостак, М.И. Репортер: профессионализм и этика. - М., 1999.

УДК: 070

ББК: 76.0

Шкондин М.В., Свитич Л.Г., Смирнова О.В.

**МЕДИАПУБЛИЧНОСТЬ СОЦИАЛЬНОЙ ПРАКТИКИ:
СИСТЕМНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ**

Shkondin M.V., Svitich L.G., Smirnova O.V.

**МЕДИАПУБЛИЧНОСТЬ СОЦИАЛЬНОЙ ПРАКТИКИ:
СИСТЕМНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ**

Ключевые слова: *медиапубличность, интеллектуальное взаимодействие, медианпространство, информационное поле, медиакартина мира, функциональная целостность медиа, общественный интеллект, интеллектуальный потенциал.*

Keywords: *media-publicity, intellectual interaction, media space, information field, media-card of the world, functional integrity of media, social intelligence, intellectual potential*

Аннотация: *в статье характеризуется сущность интеллектуального взаимодействия в обществе, которое осуществляется в рамках медиасистемы. Она состоит в том, что индивидуальные и коллективные инновационные интеллектуальные ресурсы (знаниевые, аксиологические, поведенческие), существующие как возможности конструирования будущего социальной практики, становятся основой потенциальной информации, которая непрерывно создается и обновляется в информационном поле медиа и в форме медиатекстов предлагается массовой аудитории для ее потребления. Основой формирования этих потенциальных инновационных информационных ресурсов являются результаты теоретического, художественного, духовно-практического и практического освоения мира, осуществляемого в научной, художественной, политической, экономической и других сферах социальной практики. Обеспечение оптимального интеллектуального взаимодействия между представителями этих сфер на основе массового информационного процесса - важнейшая обязанность медиасистемы. Ее ответственность непрерывно усложняется в условиях развития интернет-технологий, создания многочисленных интернет-СМИ, новых и традиционных медиа.*

Потенциальная информация в информационном поле СМИ не может быть случайным сборищем случайных медиатекстов. Речь идет о необходимых стратегиях и технологиях, обеспечивающих организованность информационного поля СМИ на основе редакционного процесса, способствующего выполнению коммуникативных функций различных сфер духовного и материального производства, участвующих в создании, распространении и потреблении инновационных интеллектуальных продуктов через массовый информационный процесс. В том числе коммуникативных функций науки, образования, искусства, экономики, политики и др. Речь идет также и о коммуникативных функциях журналистики как одного из способов освоения мира, предметом которой является жизненный мир повседневности, вбирающий в себя инновации повседневной социальной практики в рамках взаимодействия процессов изменчивости и устойчивости объективных условий и субъективных факторов осуществления этой практики. Журналистское творчество как авторская деятельность создает в информационном поле медиа медиакартину текущей социальной практики и условий, в которых она протекает, характеризует изменчивость жизненного мира повседневности, характер влияния этой изменчивости на устойчивые тенденции социальной практики.

Потенциальная информация в информационном поле СМИ должна быть адресной, рассчитанной на удовлетворение информационных потребностей личности, совокупности различных социальных групп, общностей, пространств. Она должна обеспечивать возможность постоянного доступа личности, различных общностей к непрерывно обновляемому

интеллектуальному потенциалу общества, к его консолидированному общественному интеллекту. Возможность участия личности через свои медиасообщения в обновлении общественного потенциала, репрезентируя в нем свои интеллектуальные ресурсы, имеющие актуальный характер, и удовлетворение своих информационных потребностей на основе потребляемых медиатекстов, которые обновляют медиакартину мира в ее сознании, — это одно из главных проявлений медианубличности.

Организованность информационного поля СМИ на основе четкого выполнения коммуникативных функций различных сфер духовного и материального производства, участвующих в создании, распространении и потреблении инновационных интеллектуальных продуктов через массовый информационный процесс, тесно связана с функциональной целостностью медиасистемы, ее интегративной функцией, которая должна быть осуществлена на основе оптимальных конвентивных коммуникативных стратегий и технологий, контент-стратегий, стратегий редакционного менеджмента и маркетинга.

Abstract: *the article describes the essence of intellectual interaction in society, which is carried out within the framework of the media system. It implies the fact that individual and collective innovative intellectual resources (knowledge, axiological, behavioral), existing as opportunities for designing future social practices, become the basis of potential information that is continuously is created and updated in the information field of media and in the form of media texts offered to the mass audience for its consumption. The basis for the formation of these potential innovative information resources are the results of theoretical, artistic, spiritual, practical and practical development of the world, carried out in the scientific, artistic, political, economic and other spheres of social practice. Ensuring optimum intellectual interaction between representatives of these spheres on the basis of mass information process is the most important duty of the media system. Its responsibility is constantly complicated by the development of Internet technologies, the creation of numerous online media, new and traditional media.*

Potential information in the media information field cannot be a random gathering of random media texts. We are talking about the necessary strategies and technologies that ensure the organization of the media information field on the basis of the editorial process, contributing to the implementation of communicative functions of various spheres of spiritual and material production involved in the creation, distribution and consumption of innovative intellectual products through the mass information process. Including communicative functions of science, education, art, economy, politics, etc. We are also talking about the communicative functions of journalism as one of the ways of mastering the world, the subject of which is the everyday life, embracing the innovations of everyday social practice in the interaction of the processes of variability and stability of objective conditions and subjective factors in the implementation of this practice. Journalistic creativity creates a media map of the current social practice in the information field and the conditions in which it takes place, characterizes the variability of the everyday life world, the nature of the impact of this variability on the sustainable trends of social practice.

Potential information in the media information field should be targeted, designed to meet the information needs of the individual, which is a set of different social groups, communities, spaces. It should provide the possibility of permanent access of the individual and various communities to the continuously updated social potential of the society, to its consolidated social intelligence. Participation of an individual through his / her media messages in the renewal of social potential, representing his / her intellectual resources of actual character and satisfaction of his / her information needs on the basis of consumed media texts, which update the media map of the world in his / her consciousness, is one of the main manifestations of media publicity.

The organization of the media information field on the basis of a clear implementation of the communicative functions of various spheres of spiritual and material production involved in the creation, distribution and consumption of innovative intellectual products through the mass information process is closely related to the functional integrity of the media system, its integrative function, which should be carried out on the basis of optimal conventional communication strategies and technologies, content strategies, editorial and marketing strategies.

Понятие "медиапубличность" все активнее используется в научных исследованиях¹. И это, на наш взгляд, свидетельствует о возрастающих потребностях современной теории и практики журналистики осмыслить содержание этого понятия в условиях динамичного развития российской медиасферы. Современный цивилизационный этап характеризуется значительным расширением медиапространства, актуализацией функционального потенциала медиа, умножением их коммуникативных, контент-стратегий и тактик, разнообразием их типологических моделей. Вместе с тем современная отечественная медиасфера не располагает пока необходимой динамикой развития и оптимальностью своих системных качеств, чтобы удовлетворять в полной мере потребности общества, различных групп, общностей в обеспечении публичности социальной практики. В условиях постиндустриальной трансформации общества нужны обстоятельные исследования системных качеств медиапубличности, особенностей ее трансформации как необходимой составляющей социальной практики в условиях нового этапа цивилизационного развития, в том числе активной интеллектуализации российского общества в постиндустриальном процессе².

¹ Свитич Л.Г., Смирнова О. В., Шкондин М.В. Медиапубличность региональных пространств: системные аспекты (По материалам социологического исследования) // Журналист. Социальные коммуникации. — 2017. — № 2; Дейк ван Т. Дискурс и власть. Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. — М.: Книжный дом «Либроком», 2014; Дзолло Д. Демократия и сложность. Реалистический подход. — М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2010.

² Корконосенко С.Г. Теория журналистики: моделирование и применение. — М.: Логос, 2010. — 242 с. Мансурова В.Д. Журналистская картина мира как фактор социальной детерминации. — Барнаул: Изд-во Алт. гос. ун-та, 2002. — 237 с.; Смирнова О.В. Стратегии печатных медиа в эпоху цифровых технологий // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. — 2013. — № 6. — С. 25–37; Свитич Л.Г. Современная периодика: поле понятий и терминов // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. — 2013. — № 6. — С. 7–26; Шкондин М.В., Скибина О.М. Медиасистема как фактор интеллектуализации общества: структурно-функциональные аспекты // Социально-гуманитарные знания. — 2017. — № 4. — С. 98—115.

Актуальным вопросам теории и практики журналистики была посвящена международная научно-практическая конференция, проведенной в феврале 2018 года факультетом журналистики МГУ при участии Союза журналистов России, Национальной ассоциации массмедиа, Института "Высшая школа журналистики и массовой коммуникации СПбГУ" и Федерального учебно-методического объединения по направлению "Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело"³.

Председатель программного и организационного комитетов конференции, декан факультета журналистики МГУ, член-корр. РАО Е.Л. Варганова высказала необходимость комплексного и системного изучения медиа с целью выявления сущностных качеств этого социального феномена. По ее мнению и мнению других участников конференции, необходимы обстоятельные исследования характера целостности медиа, их функциональных, структурных, организационных характеристик, оптимальность их структурных и контент-стратегий, которые необходимы для повышения роли российского медиапространства в процессах интеллектуального взаимодействия в обществе, интеллектуализации социальной практики в рамках субъективного фактора цивилизационного развития. Инновационные ресурсы личности, отдельных общностей - знаниевые, аксиологические и поведенческие, создаваемые в сферах духовного и материального производства, должны стать всеобщим достоянием, основой содержания информационного поля медиасферы, ее интеллектуального потенциала и способствовать становлению *постиндустриальной информационной цивилизации*. Одна из назревших проблем - оптимизация взаимодействия медиасферы и социальных сетей в рамках оптимизации публичной сферы социальной практики.

Понятие медиапубличноститесно связано с понятием публичности и характери-

³ Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия. Материалы Международной научно-практической конференции. Москва, 5-7 февраля 2018 года. — М.: МедиаМир; Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2018. — 616 с.

зует роль медиа/журналистики в ее формировании. Исследованию публичности посвятили свои работы многие известные ученые, в том числе Иммануил Кант, Ханна Арендт, Юрген Хабермас, Никлас Луман¹. В их исследованиях, посвященных публичности, речь идет прежде всего о *характере взаимодействия интеллекта личности и интеллекта общества в рамках социальной практики* как факторе освоения и преобразования мира на пути общественного прогресса, цивилизационного развития социума. Кантом была разработана *концепция публичного и частного пользования разумом*.

Взаимодействие интеллекта личности и общества, по мнению И. Канта, связано с тем, что разум в социуме перестает быть только свойством человеческого сознания. Он становится инструментом общественно значимого целеполагания и функциональным элементом публичного пространства, выполняющим общественные функции конструирования будущего для данного пространства и для социума в целом. В этом состоит, по Канту, публичное применение разума². Проблема повышения интеллектуального уровня личности и общества на основе публичности, совершенствование человечества, по его мнению, достижимо лишь на долгом пути публичного использования разума и, тем самым, самопросвящения публики³.

Современные исследователи отмечают, что, опираясь на возможности настоящего, на складывающиеся условия социальной практики, общественный интеллект является фактором конструирования будущего современной цивилизации, формируя в сознании личности, различных групп, общ-

ностей, общества в целом картину мира, состоящую из знаниевых, аксиологических и поведенческих ресурсов. Авторы считают, что знания в нем *неразрывно связаны с моралью, с моделями поведения, способами деятельности, а также с эстетическими ценностями*. Общественный интеллект - это не только знания, непрерывно вбирающие в себя инновации в различных сферах жизни общества, в различных способах освоения мира. Это также доброта и красота, которые способствуют реализации этих инноваций.⁴

Современное общество - общество знания и информации, в котором неизмеримо возросло значение ценностей интеллекта. Он исключительно важен при интенсификации процессов производства, их усложнении, при возрастании объемов и скорости информационных процессов в социуме. Возрастает роль интеллекта в процессах программирования, проектирования, конструирования и др. Исследователи отмечают, что в настоящее время можно говорить о *глобальном интеллектуальном переделе мира*⁵. Это выражается в том, что динамичное развитие мирового сообщества сопровождается значительным возрастанием интеллектуализации всех областей социальной практики. В этих условиях знаниевые, аксиологические и поведенческие ресурсы общества, его интеллектуальные возможности становятся ведущими факторами цивилизационного развития.

Важнейшими составляющими общественного интеллекта становятся *социальное воображение и социальный интеллект*⁶.

⁴ Субетто А.И. Образовательное общество как форма бытия ноосферного общества и реализации стратегии развития образования в России в XXI в. — Кострома, 2006. — 198 с.; Келле В.Ж. Духовность и интеллектуальный потенциал // В диапазоне гуманитарного знания. — 2001. — № 4. — С. 13-14;

Пушкин В.Г., Урсул А.Д. Информация. Кибернетика. Интеллект. (Философские очерки). — Кишинёв: Штиинца, 1989; Шилова О.В. Интеллектуальный потенциал человека современного российского общества. — Ставрополь, 2012. — 28 с.

⁵ Челомбицкая М.П. Интеллект как мобильный ресурс современного общества // Вестник Воронежского университета. Серия: Философия. — 2013. — № 1 (9). — С. 182-190.

⁶ Социальный интеллект. Теория, измерение, исследования \ Под ред. Д.В.Люсина, Д.В. Ушакова. — М.: Изд - во «Институт психологии РАН», 2004. — 176 с.

¹ См.: Кант И. Собрание сочинений: в 8 т. / под общ. ред. А.В. Гулыги. — М., 1994. Т. 8; Арендт Х. Vita active, или о деятельности жизни. — СПб: Алетейя, 2000. — 437 с.; Habermas J. The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a category of Bourgeois Society / J. Habermas. — Cambridge: MIT Press, 1962. — 301 p.; Luhmann N. Die Realitat der Massenmtdien / Niklas Luhmann. — Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2004. — 256 s.

² Кант И. Ответ на вопрос: «Что такое просвещение?» // Кант И. Собрание сочинений: в 8 т. / под общ. ред. А.В. Гулыги. - М., 1994. Т. 8. - С. 29-37.

³ Там же.

В первом случае речь идет о способности человека рассматривать происходящее в социальной практике в реальном социальном контексте и корректировать в соответствии с этим свои знаниевые, аксиологические и поведенческие модели. Социальный интеллект философы рассматривают как комплекс способностей, лежащих в основе коммуникативной компетенции¹.

Российская научная общественность сейчас широко обсуждает проблему интеллектуализации нашего общества, в том числе интеллектуализацию экономики, политики, образования, управления. Речь идет о том, что для успешного освоения и преобразования действительности в современную эпоху необходимо непрерывно обновлять и осваивать интеллектуальный потенциал общества, широко используя его достижения в социальной практике. Речь идет об инновационных интеллектуальных ресурсах, которые необходимо непрерывно обновлять и осваивать. Это и знаниевые, и проективно-поведенческие, и аксиологические, ценностные ресурсы². Наша страна по использованию инноваций отстала от многих стран мира³.

В этих условиях существенно возрастает роль и ответственность журналистики, медиасферы в процессах интеллектуализации общества. Это и обогащение, обновление общественного интеллекта теми ресурсами, которые рождаются в сферах науки, образования, экономики, управления и других сферах жизнедеятельности общества. Консолидированный общественный интеллект, который создается в рамках информационного поля СМИ, повестки дня медиа, нуждается в существенном обновлении, он

пока далеко не адекватен инновационным достижениям в материальном и духовном производстве. Процессы освоения обновляемого потенциала в российских социальных пространствах, как показывают проводимые нами исследования, также далеки от того, чтобы в полной мере удовлетворять потребности различных общностей в знаниевых, аксиологических и поведенческих ресурсах⁴.

Функциональная и структурная целостность медиасферы недостаточно оптимизирована для информационного обеспечения процессов интеллектуализации общества. Слабо актуализированы в этом плане многие функции журналистики как творческой деятельности. Ее коммуникативные и организационные функции реализуются не в полной мере. Коммуникативные стратегии и технологии ослабляют свои конвенционные, диалоговые возможности в пользу манипулятивной деятельности. Контент-стратегии СМИ часто допускают коммерциализацию и политизацию массового информационного процесса. Типологическая структура медиа, их современные концепции нуждаются в значительной корректировке⁵.

Одна из причин существенных противоречий в современном массовом информационном процессе - в недостаточной оптимизации российского медиaprостранства. Эта широкая совокупность информационных, экономических, правовых, организационных и других социальных отношений, которая пока не имеет достаточно тесных связей с современной медиасредой. Возрастающий дефицит публичности значительно ограничивает возможности интеллектуализации общества. Журналистика,

¹ Куницына В.Н. Социальная компетентность и социальный интеллект: структура, функции, взаимоотношение // Теоретические и прикладные вопросы психологии. — 1995. — № 1.

² См.: Титов А.В. Интеллектуализация экономики как общеэкономическая закономерность // kpfu.ru/docs/F1323539866/Titov_Intel.pdf; Абдуллина С.В., Горшков Д.В. Интеллектуальная организация - всеобщность и частности // Наукoведение. — 2013. — № 2; Беляева О.В. Интеллектуализация образования современного общества: роль и перспективы // <http://viperson.ru/articles>

³ Давыдов А.А. Инновационный потенциал России: настоящее и будущее // http://www.isras.ru/blog_moden_3.html

⁴ Демина И.Н., Шкондин М.В. Журналистика как фактор публичности: системные аспекты // Вопросы теории и практики журналистики. — 2017. — Том 6, № 1. — С. 14-29; Лазутина Г.В. Журналистика в жизни общества — пером теоретика и практика. — М.: Фак. журналистики МГУ, 2016. — 252 с.; Тертычный А.А. О понятийной основе современной теории журналистики / А.А. Тертычный // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Сер.: Гуманитарные науки. — 2014. — № 6 (161). — С. 290–295.

⁵ Фролова Т.И. Гуманитарная повестка российских СМИ. Журналистика, человек, общество. — М.: МедиаМир, 2014. — 352 с.

медиафера в процессах интеллектуального взаимодействия между теорией и практикой, наукой и производством, властными структурами и гражданским обществом явно не дорабатывает.

Публичность тесно связана с тем или иным социальным пространством. В каждом из них действуют социальные общности. Интеллектуальное взаимодействие существует между входящими в это сообщество индивидами, группами, организациями, а также между самими социальными пространствами. Существует также единое социальное пространство - социум, которое объединяет их в единое целое¹.

Проявлением этой публичности является *информационное поле медиа*, которое вбирает в себя, постоянно обновляя, консолидированный посредством СМИ интеллектуальный потенциал общества, его общественный интеллект, вбирающий в себя инновационные результаты освоения мира в сферах духовно-теоретической, духовно-практической и практической деятельности². По сути это важная составляющая процесса *формирования ноосферного интеллекта*, включающего в себя ноосферное сознание и ноосферные знания. Это важный этап на пути становления ноосферной личности как базисной для нового ноосферного общества³.

Благодаря инфосфере общества, в том числе медиафере, общественный интеллект совершает "круговорот". Рождающиеся в нем в процессе социальной практики инновации, которые накапливаются в сознании отдельных личностей, групп, общностей, существующих в системе общественного

разделения труда, сфер деятельности, и в результате интеллектуального взаимодействия, осуществляемого в информационном пространстве, осваивается широкой общественностью на основе межличностных, межгрупповых, массовых коммуникаций.

Медиафера, журналистика вызваны к жизни, чтобы обеспечить коммуникацией, организацией и самоорганизацией это интеллектуальное взаимодействие, этот общественный диалог, дискурс на медийной основе. Медиафера обеспечивает коммуникативность социальной практики, в которую вовлечены все сферы духовно-теоретической, духовно-практической и практической деятельности. Она обеспечивает организованность интеллектуального взаимодействия, публичность медийными средствами.

Медиапубличность включает в себя:

1) процесс создания и непрерывного обновления содержания информационного поля медиа, вбирающего в себя медиатексты, репрезентирующие инновационные ресурсы субъектов социальной практики;

2) процесс репрезентации интеллектуальных инновационных ресурсов в сознание аудитории медиа, в медиакартину личности, различных групп, общностей.

Степень актуальности информационных ресурсов, отраженных в информационном поле медиа, зависит от полноты отражения в этом поле интеллектуальных ресурсов, рожденных социальной практикой и обогащающих ее.

В заключение следует отметить, что медиафера как информационная система выступает одним из важных факторов отражения условий жизни общества и конструирования социумом своего будущего на современном этапе общественного развития. В процессе теоретического, художественного, духовно-практического и практического освоения мира эти виды освоения выявляют имеющиеся инновационные возможности социальной практики, обновляют на их основе свои знаниевые, аксиологические и поведенческие ресурсы.

Непрерывность процессу интеллектуализации создает информационное взаимодействие между личностями, различными группами, общностями, организациями во

¹Смирнова О.В., Шкондин М.В. Журналистика в социальном пространстве: слагаемые публичности // Социально-гуманитарные знания. — 2017. — С.72—88.

²Свитич Л.Г., Смирнова О.В., Шкондин М.В. Медиасистема городов-миллиоников: методологические предпосылки исследования // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. — 2017. — С. 245 — 254.

³Субетто А.И. Теория фундаментализации образования и универсальные компетенции. — СПб, 2010. — 556 с.; Молодиченко Т.А. Общественный интеллект акмеологизирующихся субъектов образования: ноосферологический аспект // Известия Саратовского университета. Сер. Акмеология образования. Психология развития. - 2015. - Т. 2, вып. 1 (5).

всех сферах и пространствах, которое включает в себя:

- процесс создания и непрерывного обновления в информационном поле СМИ совокупности знаниевых, аксиологических и поведенческих ресурсов, отражающих результаты освоения мира в сферах духовного и материального производства, прежде всего условий и возможностей социальной практики как субъективного фактора цивилизационного развития, представляющей собой единство сознания и действия. В своей основе это консолидированный общественный интеллект, содержащийся в медиатекстах и требующий непрерывного обновления в изменяющемся социальном пространстве;

- процесс приобщения к этим обновляемым интеллектуальным ресурсам аудитории СМИ, который делает потенциальную информацию реальной, обновляя медиакартину мира в индивидуальном, групповом сознании с учетом общественного разделения труда, а также общественном сознании в целом;

- процесс создания и непрерывного обновления функционально-структурных и организационных образований, создающих медиапространство как единство медиа с их средой. Чтобы оптимально осуществлять эти массовые информационные процессы, создается и оптимизируется медиапространство как совокупность информационных, организационных, правовых, экономических и других социальных отношений между теми, кто создает, распространяет и потребляет циркулирующую в медиа информацию. Отношений по поводу массового информационного процесса, обеспечивающего публичность социальной практики. Медиапространство объединяет в единое целое отдельные средства массовой информации, обеспечивая разделение труда между ними и соответствующую координацию. Оптимальность всех этих процессов создает интегративный результат, который именуется публичностью.

Социальная практика может быть публичной только тогда, когда будут публичными экономика, политика, право, наука, образование и другие сферы социальной деятельности.

Социальная практика может быть публичной, если:

- создаются возможности для участия каждого социального субъекта в массовом информационном процессе, обновляющем информационный потенциал общества, содержащийся в информационном поле СМИ;

- создается возможность обеспечить открытость этих сфер для всего общества, удовлетворить информационные потребности каждого социального субъекта, связанные с теми или иными аспектами социальной практики;

- создаются возможности обеспечить функциональную, структурную, организационную целостность медиасферы.

Журналистика / медиа как информационная система выступает важным фактором освоения социумом характера изменчивости и устойчивости условий функционирования социальной практики, ее жизненного мира повседневности, рождающего новые знания, аксиологические и поведенческие ресурсы, создающего возможность активно влиять на социальную практику освоения и преобразования действительности в рамках субъективного фактора цивилизационного развития общества. Создается единое медиапространство, вбирающее в себя медиапространства личностей, а также различных групп, социальных общностей, - национальных, территориальных, экономических политических и др. Обеспечивается оптимальное интеллектуальное взаимодействие в обществе, обеспечивая организованность массового информационного процесса. Медиапубличность - это оптимизированное медиапространство, которое представляет собой совокупность информационных отношений между участниками массового информационного процесса по поводу их совместной социальной практики в рамках субъективного фактора социального прогресса на основе интеллектуального взаимодействия посредством СМИ.

Авторская и редакторская деятельность, осуществляемая в рамках медиасистемы, создает и оптимизирует процессы непрерывного обновления интеллектуального потенциала общества - инновационных ресурсов консолидированного общественного интеллекта - адекватно изменчивости в

условиях социальной практики и в соответствии с новыми возможностями субъективного фактора цивилизационного развития. Обновляемая на их основе медиакартина мира в сознании участников освоения и

преобразования действительности является необходимым условием совместной активности на основе совместно создаваемых и корректируемых знаниевых, аксиологических и поведенческих моделей.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Абдуллина, С.В., Горшков, Д.В. Интеллектуальная организация — всеобщность и частности // *Науковедение*. — 2013. — № 2.
2. Арендт, Х. *Vita active*, или о деятельности жизни. — СПб.: Алетейя, 2000. — 437 с.
3. Беляева, О.В. Интеллектуализация образования современного общества: роль и перспективы // <http://viperson.ru/articles>
4. Вартанова, Е.Л. Современные российские исследования СМИ: обновление теоретических подходов // *Вестник Московского университета. Серия 10, «Журналистика»*. — 2015. — № 6. — С. 5-26.
5. Вартанова, Е.Л. О современном понимании СМИ и журналистики // *Медиаскоп*. — 2010. — № 1.
6. Горохов, В.М. Интегрированные социальные коммуникации в журналистике / В.М. Горохов, М.Г. Шилина // *Меди@льманах*. — 2014. — № 3. — С. 12—27.
7. Засурский, Я.Н. Коммуникация в обществе знаний. *Российская журналистика: 2008-2013*. — М.: МедиаМир, 2013. — 296 с.
8. Давыдов, А.А. Инновационный потенциал России: настоящее и будущее // http://www.isras.ru/blog_moden_3.html
9. Дейк ван Т. *Дискурс и власть. Репрезентация доминирования в языке и коммуникации*. — М.: Книжный дом «Либроком», 2014.
10. Демина, И.Н., Шкондин, М.В. *Журналистика как фактор публичности: системные аспекты* // *Вопросы теории и практики журналистики*, издательство Байкальский государственный университет (Иркутск). — 2017. — Том 6. № 1. — С. 14-29.
11. Дзоло, Д. *Демократия и сложность. Реалистический подход*. — М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2010.
12. *Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия: материалы Международной научно-практической конференции. Москва, 5-7 февраля 2018 года*. — М.: МедиаМир; Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2018. — 616 с.
13. Кант, И. *Собрание сочинений: в 8 т. / под общ. ред. А.В. Гулыги*. — М., 1994. - Т. 8.
14. Кант, И. *Ответ на вопрос: «Что такое просвещение?»* // *Кант И. Собрание сочинений: в 8 т. / под общ. ред. А.В. Гулыги*. — М., 1994. - Т. 8. — С. 29—37.
15. Келле, В.Ж. *Духовность и интеллектуальный потенциал* // *В диапазоне гуманитарного знания*. — 2001. — № 4. — С. 13-14.
16. Коломиец, В.П. *Медиасоциология: теория и практика*. - М.: НИПКЦ Восход, 2014. —328 с.
17. Корконосенко, С.Г. *Теория журналистики: моделирование и применение*. — М.: Логос, 2010. — 242 с.
18. Корконосенко, С.Г. *Нормативные теории журналистики* // *Теории журналистики в России: зарождение и развитие*. — СПб.: Изд-во СПбГУ, 2014. — 272 с.
19. Куницына, В.Н. *Социальная компетентность и социальный интеллект: структура, функции, взаимоотношение* // *Теоретические и прикладные вопросы психологии*. — 1995. — № 1.
20. Лазутина, Г.В. *Журналистика в жизни общества — пером теоретика и практика*. — М.: Фак. журналистики МГУ, 2016. — 252 с.
21. Мансурова, В.Д. *Журналистская картина мира как фактор социальной детерминации*. — Барнаул: Изд-во Алт. гос. ун-та, 2002. — 237 с.
22. Молодиченко, Т.А. *Общественный интеллект акмеологизирующихся субъектов*

образования: ноосферологический аспект // Известия Саратовского университета. Сер. «Акмеология образования. Психология развития». — 2015. — Т. 2, вып. 1 (5).

23. Мохов, А.И., Светлаков, В.И., Мохова, В.А. Интеллектуализация сферы жизнедеятельности как средство формирования ноосферы В.И. Вернадского // Вестник Российской академии естественных наук. — 2015. — № 4. — С. 31 — 40.

24. Пушкин, В.Г., Урсул, А.Д. Информация. Кибернетика. Интеллект. (Философские очерки). — Кишинёв: Штиинца, 1989.

25. Санто, Б. Инновация и глобальный интеллектуализм / Б. Санто // Инновации. - 2006. - № 9. - С. 32-44.

26. Свитич, Л.Г. Современная периодика: поле понятий и терминов // Вестник Московского университета. Сер. 10 «Журналистика». — 2013. — № 6. — С. 7–26.

27. Свитич, Л.Г., Смирнова, О.В., Шкондин, М.В. Медиапубличность региональных пространств: системные аспекты (по материалам социологического исследования) // Журналист. Социальные коммуникации. — 2017. — № 2.

28. Свитич, Л.Г., Смирнова, О.В., Шкондин, М.В. Медиасистема городов-миллиоников: методологические предпосылки исследования // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. — 2017. — С. 245 — 254.

29. Смирнова, О.В. Стратегии печатных медиа в эпоху цифровых технологий // Вестник Московского университета. Сер. 10 «Журналистика». — 2013. — № 6. — С. 25–37.

30. Смирнова, О.В., Шкондин, М.В. Журналистика в социальном пространстве: слагаемые публичности // Социально-гуманитарные знания. — 2017. — С.72— 88.

31. Социальный интеллект. Теория, измерение, исследования / под ред. Д.В. Люсина, Д.В. Ушакова. — М.: Институт психологии РАН, 2004. — 176 с.

32. Субетто, А.И. Образовательное общество как форма бытия ноосферного общества и реализации стратегии развития образования в России в XXI в. — Кострома, 2006. — 198 с.

33. Субетто, А.И. Теория фундаментализации образования и универсальные компетенции. - СПб, 2010. - 556 с.

34. Тертычный, А.А. О понятийной основе современной теории журналистики / А.А. Тертычный // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Сер.: Гуманитарные науки. — 2014. — № 6 (161). — С. 290–295.

35. Титов, А.В. Интеллектуализация экономики как общеэкономическая закономерность // krfu.ru/docs/F1323539866/Titov_Intel.pdf

36. Фролова, Т.И. Гуманитарная повестка российских СМИ. Журналистика, человек, общество. — М.: МедиаМир, 2014. — 352 с.

37. Челомбицкая, М.П. Интеллект как мобильный ресурс современного общества // Вестник Воронежского университета. Серия: Философия. - 2013. - № 1 (9). - С. 182-190.

38. Шилова, О.В. Интеллектуальный потенциал человека современного российского общества. — Ставрополь, 2012. — 28 с.

39. Шкондин, М.В., Скибина, О.М. Медиасистема как фактор интеллектуализации общества: структурно-функциональные аспекты // Социально-гуманитарные знания. — 2017. — № 4. — С. 98—115.

40. Habermas, J. The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a category of Bourgeois Society / J. Habermas. — Cambridge: MIT Press, 1962. — 301 p.;

41. Luhmann, N. Die Realitat der Massenmtdien / Niklas Luhmann. — Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2004. — 256 s.

УДК: 070

ББК: 76.0

Щербакова Г.И., Ульянов М.А.

**НАУЧНО-ПОПУЛЯРНАЯ ПУБЛИКАЦИЯ В СМИ: ПРОБЛЕМА
ТЕОРЕТИЧЕСКОГО ОБОСНОВАНИЯ**

Shcherbakova G.I., Ulyanov M.A.

**POPULAR SCIENCE PUBLICATIONS IN THE MEDIA: THE PROBLEM
OF THEORETICAL JUSTIFICATION**

Ключевые слова: средства массовой информации, телевидение, наука, научно-популярный текст, познавательный текст, просветительский текст, научно-популярная программа, общетематический телеканал, история науки, история журналистики.

Keywords: *massmedia, television, science, science-popular text, cognitive text, educational text, science-popular television program, wide-topic television channel, the history of science, history of journalism.*

Аннотация: в статье поднимается вопрос разграничения понятий "познавательный", "просветительский" и собственно "научно-популярный" в трудах отечественных исследователей. Делается попытка определить историю и отличительные черты собственно научно-популярного журналистского материала. Проводится анализ научно-популярного проекта «Чудо техники» на федеральном телеканале НТВ на предмет особенностей научно-популярного телевизионного жанра.

Abstract: *the article is focused on differentiation of cognitive, educational and science-popular massmedia plots studied by Russian researchers. An attempt is made to define the distinguishing characteristics of science-popular journalist's material. Performed an analyses of science-popular TV program «Tschudo Tehniki» on a russian-wide television channel of NTV to explore the features of science-pop genre on TV.*

Развитие цивилизации всегда определяло и постановку, и решение научных и технических задач, особенно это стало заметно на перекрестке двух крупных исторических эпох - Возрождения и Просвещения, которые провозгласили разум, знание и просвещение главными критериями человека разумного. Рост объема информации содействовал поиску, изобретению тех технических средств, которые могли бы обеспечить быструю и эффективную передачу информации и ее распространение, например, изобретение печатного станка, заимствование способа производства бумаги, развитие системы почтового сообщения сначала внутри страны, а затем и становление международной почтовой связи.

Научные новости вызывали большой интерес не только в собственно университетской и школьной среде, но и в обществе людей светских, близких ко двору (недаром

многие монархи увлеклись научными опытами), и в церковной среде. Первые научные журналы появились вскоре, через 20-30 лет после появления первых печатных газет. Самым первым журналом в мире признано французское издание «Journal des savants» («Журнал ученых»), стал выходить в Париже с начала 1665 года (редактором журнала стал советник парижского парламента Дени де Салло). Через несколько месяцев в Лондоне появляется подобное издание («Ученые записки Королевского общества». Одновременность появления двух однотипных изданий в соседних европейских странах говорит об осознанной потребности в научной информации, в которой нуждалась как зарождающаяся промышленность, так и общественное сознание, вознесшее ученость в качестве важнейших добродетелей современного человека. О том, что эти явления были частью общеевропейской тенденции, говорит то, что во второй половине

XVII века аналогичные журналы начинают выходить в и в других городах Европы, а через полвека и в России.

В нашей стране первая попытка создания научного журнала была предпринята в 1726 г., ее осуществил Г.Ф. Миллер, бывший студент Петербургской академии наук, бывший редактор первой печатной русской газеты «Ведомости», который подготовил «*Commentarii Academiae Scientiarum*» на латинском - международном языке науки в то время. Но круг реальных и потенциальных читателей издания был слишком узок, терминология на русском языке отсутствовала. Обучение осуществлялось либо на латинском, либо на немецком языке, так что русский научный язык еще и не зарождался. На протяжении XVIII и первой половины XIX вв. развитие научной темы в журналистике шло несколькими путями: во-первых, влияние развивающейся национальной науки сказалось на увеличении научной периодической продукции, большую роль в этом сыграло и открытие Московского университета. Во второй половине XVIII в. выходят естественнонаучный («Магазин натуральной истории, физики и химии или новое собрание материй, принадлежащих к сим трем наукам, заключающее в себе: важные и любопытные предметы оных, равно как и употребление премногих из них во врачебной науке, в экономии, земледелии, искусствах и художествах»), медицинский («Санкт-Петербургские врачебные ведомости») и экономический («Труды Вольного экономического общества») журналы. Количество собственно научных изданий в 19 в. продолжало расти, соответственно активному развитию русской науки. Эта группа изданий отличалась особым языком, обращенностью к специалистам в данной научной сфере, малыми тиражами и сосредоточенностью на чисто научной проблематике.

Второе направление имело другие цели и адресовалось к другой аудитории, оно решало научно-популярные задачи. Первая попытка рассказать относительно широкой аудитории образованных людей о научных открытиях, совершенных в России и в мире, была сделана в «Примечаниях» к «Санкт-Петербургским ведомостям». Но ни форма приложения к газете, ни недостаточность

числа образованных людей, ни социально-политическая неустойчивая обстановка второй четверти XVIII в. (частая смена правителей после смерти Петра Великого) не содействовали продвижению интереса к научным новостям и не стали началом зарождения научно-популярной журналистики. Журнал «Ежемесячные сочинения к пользе и увеселению служащие» можно считать первым русским изданием, поставившим перед собой просветительские цели (1755-1764 гг.), которое пыталось совместить в себе самые различные тематические направления. «Ежемесячные сочинения», редактором которого был Г. Миллер, а авторами

М. Ломоносов, А. Сумароков и другие русские литераторы, не только знакомил читателей с творчеством современных русских авторов, но и с произведениями европейской литературы, чьи переводы размещались на страницах журнала. Кроме того, здесь размещались статьи по истории, географии, экономике, этнографии, астрономии, а также философии. Это был первый русский журнал, который не только просвещал читателя в области физики, математики, геологии, но и прививал вкус к абстрактному и логическому мышлению, культуре аргументации и поиску истины.

Данный журнал еще нельзя назвать в полной мере энциклопедическим, но он как бы предугадал путь, по которому в XIX в. пойдет большая часть русской журналистики.

В начале девятнадцатого столетия российские власти предпринимают значительные попытки для развития в стране образования и науки: открываются новые учебные заведения (пять высших учебных заведений за первую треть века), значительно вырастает число гимназий, в том числе и на периферии империи. Русская наука достигла высокого уровня во многих отраслях знания и получает мировое признание. Для молодых перспективных ученых организовываются научные стажировки в ведущих научных центрах Европы. Преподавание в вузах осуществляется на русском языке, который выработал научный подстиль и стал вполне приемлемым для ясного и доступного изложения научных истин. В стране со-

здаются научные школы, получающие европейское признание. Бурно развиваются гуманитарные науки: получают известность труды филолога-лингвиста В. Даля, медиевиста И. Срезневского, литературоведов – академиков В. Буслаева, А. Веселовского, историков В. Соловьева и В. Ключевского. Большие успехи демонстрируют представители физико-математических, технических и естественных наук: творец русской авиации Н. Жуковский, математик С.В. Ковалевская, физик А. Столетов, химики Бутлеров и Зелинский, физиологи Сеченов и Павлов – таков не полный перечень имен ученых, принесших славу русской науке.

Усложнение науки, появление новых отраслей наряду с пропагандой рационального, научно обоснованного мировосприятия повышают общественный запрос на популяризацию знаний. Научная тематика становится необходимой и востребованной в журналистике второй четверти XIX века как вследствие развития науки, так из-за вынужденной обращенности литературы и журналистики к научно-литературным интересам, через призму которых рассматривались общественные, так происходила компенсация из-за цензурных ограничений¹.

Формат энциклопедического журнала, в котором неперменным звеном внутренней структуры был отдел науки, стал популярным в русской журналистике со второй четверти XIX века. Самым первым изданием, представившим новый формат был журнал Н.А. Полевого «Московский телеграф» (1825-1834). Следующий по времени выхода стал журнал «Телескоп»(1831-1836), редактором которого был профессор Московского университет Н.И. Надеждин, прямо провозгласил науку приоритетным направлением своих интересов. В силу научных интересов редактора, филолога и философа, журнал уделял преимущественный интерес гуманитарным наукам: истории, философии, языкознанию и литературоведению.

Следующий шаг сделал О.И. Сенковский, разработавший концепцию и модель энциклопедического журнала «Библиотека для чтения» (1834-1865). В данном издании был самый большой набор отделов – семь, в

трех из которых размещалась научная информация: отдел науки и художеств, в отделе «Критика» помещался критический разбор научных монографий, что было большой новостью в русской журналистской практике, т.к. здесь традиционно печатались литературно-критические статьи. А оперативные или занимательные научные новости размещались в отделе «Смесь». Таким образом, почти половина журнала была отдана под научную информацию. Хотя с точки зрения листажу беллетристический отдел был больше, но сам редактор считал более важным для развития читателя именно отделы, где помещалась научная информация, а все остальные рассматривал как воспитание привычки к чтению и приуготовление к получению более серьезных знаний².

Таким образом, три отдела «Библиотеки для чтения» могли варьировать разные способы предоставления научной информации, в которых как бы отрабатывались прототипы будущих научных жанров. В отделе науки помещались оригинальные статьи или переводы из иностранных солидных научных журналов с описанием экспедиций, опытов, экспериментов. В отделе критики давался критический разбор научных монографий, например, там был помещен знаменитый, сделанный О. Сенковским анализ системы расшифровки египетских иероглифов, предложенный французским исследователем Шамполионом. И наконец, «Смесь» предлагала новый, совершенно не известный в России опыт занимательной научной рецензии, за применение которой Сенковский получил немало замечаний. Он, профессор-востоковед, полиглот, знавший двадцать древних и новых языков, старался сделать привлекательной научную информацию, чуждую и непонятную большей части его аудитории, пытался объяснить ее через забавные жизненные ситуации, исторические параллели, общеизвестные явления природы или сценки из мифологии. Конечно, при этом происходило упрощение предмета изложения, но зато читатели получали представление об его основной сущности. Своими «шуточками» на серьезные

¹ Березина В.Г. Русская журналистика 2-й четверти XIX века (1826-1839 гг.). Л., 1965. С. 4-7.

² Щербакова Г.И. Журнал О.И. Сенковского «Библиотека для чтения» и формирование массовой журналистики в России. СПб., 2005. - С. 132.

темы Сенковский заработал репутацию скептика и даже циника, а его прием остался осужденным не только современниками, но и другим поколением русских публицистов. Например, известный журнальный деятель 1860-х гг. Д.И. Писарев, спустя почти 30 лет, высказал осуждение подобной практики, выступая против погони популяризатора за шуткой и смехом ради шутки и смеха, а не ради более ясного и доступного выражения научной идеи»¹.

Попытка занимательного пересказа научных теорий не нашла продолжателей в русской журналистике, хотя в поздний советский период стала популярной книжная серия: «занимательная», например, физика, или математика, или литературоведение². Хотя подход в этих книгах отличается от практики Сенковского более прозрачной авторской позицией.

В настоящее время отмечается обилие научной информации и способов ее представления, но научные споры относительно ее классификации и определения не утихают, что обусловлено подвижной, непостоянной и творческой природой научно-популярной журналистики.

Основным инструментом популяризации науки являются научно-популярные публикации в СМИ. Средства массовой информации выступают наиболее эффективным каналом коммуникации научного сообщества. В то же время эффект перенасыщения зрителя информацией, вызванной открытостью инфоисточников в Сети интернет приводит к тому, что современному потребителю СМИ становится не интересным самостоятельно находить интересующую его информацию в Сети целенаправленно, поэтому возрастает роль автора научно-популярного журналистского материала как некоего проводника в море информационных потоков. Итогом является постоянное появление как новых научно-популярных медиапроектов, так и соответствующих рубрик в общетематических средствах массовой информации, например появление в новом 2018 году телепроекта

«Научный стендап» на телеканале «Культура», или же работа редакции программы «Технопарк» в эфире Общественного телевидения России, начавшаяся с даты основания канала.

Кроме того, научно-популярные публикации являются своего рода вестником не только новейших научных открытий, но и проблем и тенденций современной науки в целом. Вместе с тем постоянно растущий научно-технический прогресс, вызывающий интерес к отдельным проектам, позволяет говорить и о том, что в целом растет заинтересованность массовой аудитории к науке как сфере деятельности.

Кроме того, курс на популяризацию науки объявлен и на государственном уровне. «Задача не только помочь молодым людям раскрыть свои способности, получить глубокие, качественные знания, хорошее образование, – заявил на заседании Совета по науке и образованию в 2016 г. Президент России Владимир Путин, – у молодёжи должны быть стимулы, желание заниматься наукой именно в России, работать в интересах нашей экономики, в отечественных высокотехнологичных компаниях, исследовательских лабораториях»³. В-частности, Российская академия наук одной из приоритетных целей ставит популяризацию науки среди молодежи: «В каком-то смысле мы видим, что сейчас идет большой интерес к научной тематике... Мы видим эту задачу, мы идем по этому пути, обязательно будем наращивать», – объявил на пресс-конференции 10 декабря 2017 г. президент РАН Александр Сергеев⁴. И научно-популярные публикации в СМИ во многом позволяют выполнить эту задачу.

Многие отечественные исследователи истории и теории журналистики, говоря о системе просветительской печати, радио- и телевидения, обращаются к советской системе СМИ, система которой обязательно предусматривала распространение научно-популярной информации среди массовой

¹ Писарев Д.И. Соч.: в 4-х т. Т.3.М., 1956. С. 133

² Например: Перельман Я.И. Занимательная арифметика. Вчера и сегодня. – М.: Олма Медиа Групп, 2013.

³ Заседание Совета по образованию и науке / Официальный сайт Президента Российской Федерации. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/53313>

⁴ РАН планирует популяризировать науку среди молодежи в социальных сетях / ИТАР-ТАСС. URL: <http://tass.ru/nauka/4827324>

аудитории.

Притом в работах по этой тематике понятия: «научно-популярный», «познавательный» и «просветительский» зачастую используются как синонимы, без четкого типологического и содержательного разграничения публикаций той или иной направленности. Большинство отечественных публикаций, посвященных научно-популярной тематике в СМИ, затрагивают вопросы необходимости популяризации науки среди массовой аудитории, а также уровню развития СМИ указанной тематики на российском медиарынке.

Таким образом, на уровне теоретического обоснования в настоящий момент отмечена терминологическая проблема в точном определении понятия «научно-популярная публикация в СМИ».

Вместе с тем возникновение все большего числа изданий научно-популярной тематики или же соответствующих рубрик в изданиях общетематических требует конкретного определения данного термина для исследования современных публикаций, а также для подготовки журналистов к созданию научно-популярных материалов. Обратимся к трудам исследователей, посвященным определению понятия.

Исследователь из Томского государственного университет Марианна Викторовна Литке конкретизирует проблему терминологического обозначения научно-популярной публикации в своей работе: «Научно-популярные и научно-познавательные журналы: проблема типологической классификации». Автор констатирует, что феномен как научно-популярных журналистских материалов и изданий, так и научно-популярной журналистики в целом на уровне терминологии остается на уровне «интуитивного определения»¹. Обращаясь к типологии научно-популярных изданий, автор заключает, что сохраняется необходимость выработки дополнительных классификационных оснований выявления собственно научно-популярных текстов.

¹ Литке М.В. Научно-популярные и научно-познавательные журналы: проблема типологической классификации // Журналистский ежегодник. 2014. № 3. С. 63.

Оксана Вадимовна Роженцова в своем труде «Культурно-просветительские программы отечественного телевидения: традиции и новаторство» разграничивает понятия «просветительская», «образовательная» и «научно-популярная» телепрограммы.

Автор предлагает следующее определение просветительских телепрограмм: это телевизионные передачи, которые позиционируют себя как источник знаний не дидактического характера. Как отмечает автор, их задача – помочь зрителю сориентироваться в культурном пространстве. В то же время, цель образовательных телепрограмм состоит в том, чтобы «обновить и углубить знания зрителей» в парадигме логики научного познания. Притом, по мнению исследователя, характерными для них являются функция просвещения и эстетическая функция².

В то же время, каждое из перечисленных определений «обладает особой семантикой, отличной от других», отмечает М.В. Литке, рассматривая в своем труде вопрос о классификации журналов научной тематики.

Е.Е. Баринава предлагает обращаться к генезису научно-популярной литературы, ее «дожанровому состоянию». Автор называет жанр научно-популярной литературы гибридным и указывает на то, что он появился с возникновением необходимости адаптировать научный текст для массового читателя. Также характеризуются две цели научно-популярной литературы: «информирование о науке и научных событиях и вовлечение в мир науки, помощь в освоении научных знаний»³. В этом контексте автор указывает на то, что популяризация науки через текст, развитие жанров связаны с процессом образования для взрослых, констатируя непосредственную подчиненность научно-популярных текстов с образовательным процессом.

Развлекательную направленность современных материалов научно-популярной

² Роженцова О.В. Культурно-просветительские программы отечественного телевидения: традиции и новаторство: на примере телеканала "Культура". М., 2010.

³ Баринава, Е.Е. Текстовая задача в системе научно-популярных жанров // Вестник новосибирского государственного педагогического университета. - 2013. - №12 (28). – Часть 1. – С. 85-89.

тематики отмечает и Юлия Александровна Витязева. В своей характеристике научно-популярных сериалов она делает вывод, что они сочетают в себе две функции: развлекательную и познавательную. Автор характеризует научно-популярный материал как гипержанр, включающий в себя другие журналистские жанры: интервью, репортаж, рассказ¹.

Андрей Геннадьевич Ваганов в своем стремлении охарактеризовать природу научно-популярного жанра также обращается к истории его происхождения. Автор констатирует неконкретность толкования определений жанра и обращается к истории популяризации науки. Автор сетует на то, что единого определения понятия не выдвинуто, в то время как многие исследователи предлагают вместо конкретного определения системы научно-популярных жанров охарактеризовать это явление, основываясь лишь на «материальной форме «упаковки» текста»².

Также исследователь заключает, что «Научно-популярная литература (ее тиражи, в частности) – всего лишь своеобразный интегральный индикатор «температуры» общества по отношению к научно-технологической сфере»³. Рассмотрев генезис функционирования научно-популярных текстов, исследователь делает вывод, что на сегодняшний день роль текстов научно-популярной тематики служит не просветительским, а развлекательным задачам в современных СМИ.

Вилен Васильевич Егоров в своей книге «Телевидение: Теория и практика» ставит научно-популярную информацию в основу просветительских телепрограмм⁴. *Информацию, в них содержащуюся, он характери-*

зует как «отличающиеся достоверностью и научностью информации, лаконичностью изложения и ясностью сюжета». Также обязательными атрибутами просветительского телетекста он считает ярко выраженный авторский подход, а также обязательное присутствие комментариев компетентных специалистов из области научного знания, о котором идет речь в публикации.

Научная информация, согласно трактовке Светланы Ивановны Сметаниной, представляет из себя «совокупность процессов представления, передачи и получения научных данных, образующих основной механизм существования и развития науки»⁵.

Разграничивая понятия научной и научно-популярной журналистики исследователь МГУ Софья Петровна Суворова указывает, что тексты научно-популярной журналистики «предназначены для массовой аудитории, излагаются на общедоступном языке и представляют собой адаптированное для каналов массовой коммуникации оперативное знание о продуктах науки и тех, кто их создает».

Ирина Юрьевна Лапина, посвятившая научно-популярной тематике в СМИ множество исследований, в своей работе «Научно-популярное телевидение. Драматургия мысли» характеризует следующие критерии научно-популярного материала:

- значимость для аудитории;
- высокой степенью достоверности, опираться на документальные источники и непосредственные наблюдения;
- изложение должно быть ярким, зрелищным, динамичным, драматичным, интеллигентным⁶.
- автор должен обладать авторитетом известного ученого или профессионала-журналиста;
- автор должен быть свидетелем или участником событий, о которых идет речь в данной передаче.

Исследователь также отмечает, что на информационном рынке появилась масса

¹ Витязева Ю.А. научно-популярный сериал как гипержанр медийного дискурса // Вестник Томского государственного университета. 2016. № 407. С. 11–16.

² Ваганов А.Г. Научно-популярная журналистика и престиж науки в общественном сознании // Российский Химический Журнал. 2007. Т. 51. – № 3. – С. 58.

³ Ваганов А.Г. Закономерности исторической динамики науч-нопопулярного жан-ра // Наука и школа. - 2016. – № 1. – С. 162–168.

⁴ Егоров В.В. Телевидение: Теория и практика. – М., 1992. - С. 31.

⁵ Современные проблемы науки и журналистики: учеб. пособие / сост.С.И. Сметанина. – СПб.: СПбГУ, 2012. – С. 103.

⁶ Лапина И.Ю. Научно-популярное телевидение. Драматургия мысли – М.: Аспект-Пресс.2007. – С. 97.

изданий, передач, которые их издатели называют научно-популярными, хотя никакого отношения к популяризации науки они не имеют.

Дмитрий Анатольевич Романов предъявляет к научно-популярным материалам следующие требования: «подобного рода литература должна быть, безусловно, интересной; и не просто интересной с точки зрения фактологии, а быть пропитанной особым пафосом интереса, настоящей любви к тому, о чем рассказывается в популярной форме»¹.

О. И. Таюпова и Ф. У. Жаббарова подходят к изучению научно-популярного текста с точки зрения языковых характеристик текста как единицы коммуникации. Журналист в случае подготовки материала на эту тематику является посредником, медиатором между научными кругами и обществом. Вызвано это прежде всего существенными языковыми различиями в когнитивном и языковом, лексическом наполнении научной и общесоциальной коммуникации. Во многих случаях ученый не в силах провести необходимую адаптацию лексики, поскольку у многих исследователей не хватает опыта в донесении информации до неподготовленного в научном плане адресата, особенно в плане отбора такой лексики. Авторы отмечают, что сама по себе ценность научно-популярного текста состоит в том, что она позволяет способствовать решению двух задач: стремлению исследователей донести те или иные научные знания до широкого круга реципиентов, но и самими адресатами, стремящимися независимо от уровня своего образования понять окружающий мир. При этом решающую роль, по мнению авторов, играет, несомненно, потребность самих ученых представить результаты своих изысканий широкой публике².

Для анализа были выбраны выпуски телепрограммы «Чудо техники» на телеканале НТВ. Особенность этого проекта состоит в

том, что он является единственной программой научной тематики в эфире общетематического федерального канала, а значит, задача привлечения зрительского интереса у него стоит гораздо острее, нежели на специализированном научно-популярном телеканале. Притом работу редакции можно признать успешной, учитывая рейтинги программы: в телесезоне-2016/2017 ее среднесуточная доля составила 11,6% в аудитории 18+, а среди мужчин достигала 13,7%³ в эфире общетематического телеканала, в конкуренции с развлекательным и общественно-политическим блоками. Был проведен анализ выпусков программы «Чудо техники» с июля 2017 г. по январь 2018 г.

Авторский проект Сергея Малоземова «Чудо техники» на телеканале НТВ заявлен как научно-популярный. Как рассказывают создатели телепрограммы, проект «рассказывает о самых интересных изобретениях современности, которые уже изменяют жизнь каждого человека, а также о том, как наука объясняет окружающий мир»⁴. Действительно, тематика выпусков телепередачи охватывает последние достижения науки, современные технологии. Например, сюжеты выпуска от 21 января 2018 г. рассказывали о выставке электроники CES-2018, современной бытовой техники с электронным управлением. Выпуск от 29 октября рассказывал о новых технологиях безопасности, человеческой эволюции, применении гаечного ключа, инновационных способах выращивания овощей, а также солнечных батареях.

В целом, если судить по тематике выпусков, большая часть сюжетов программы посвящена непосредственно новым технологиям и изобретениям, однако до 20 процентов материалов затрагивают обширные вопросы современной науки.

Хронометраж каждого выпуска программы составляет 42 минуты. Выпуск состоит из развернутых телевизионных сюжетов, включающих в себя интервью, а также эксперименты. Сюжеты в начале и в конце сопровождаются выступлением ведущего в студии. Эксперименты могут проводиться как в сту-

¹ Романов Д.А. Научно-популярная литература: вчера, сегодня, завтра. – Время науки. №4. 2015. С. 28-29.

² Таюпова О.И., Жаббарова Ф.У. Лексико-грамматические средства реализации категории связности в научно-популярных текстах // Вестник челябинского государственного университета. 2012. №13 (267), с. 116-122.

³ Программа «Чудо техники» отмечает юбилей // Телеканал НТВ. URL: <http://www.ntv.ru/novosti/1957282/>

⁴ Там же.

дии самым ведущим, так «на выезде», в лабораториях, технических мастерских и других локациях. Например, в программе от 15 октября 2017 г., чтобы показать, каким образом очистить монитор персонального компьютера от пыли, несколько новых мониторов были специально загрязнены пылью от работы лопасти вертолета. Съемки эксперимента проводились на частном аэродроме. На этом примере, а также в целом на анализе случаев применения метода эксперимент в сюжетах программы, можно заключить, что редакция проекта постоянно ищет неординарные способы подачи материала с целью сделать программу интересной для зрителя. В интервью могут выступать как эксперты и ученые, так и простые обыватели, пользователи той или иной технологии. Например, в сюжете про особенности эволюции человеческого тела от 29 октября 2017 г. экспертом выступает доцент кафедры антропологии биологического факультета МГУ им. Ломоносова Станислав Дробышевский, а также заведующий кафедрой биологической эволюции МГУ Александр Марков. В то же время сюжет построен на диалогах ведущего и его 8-летнего сына, который в кадре задает вопросы, ответом на которые и выступает закадровый текст и комментарии эксперта. Таким образом, в сюжетах программы на уровне сценария воспроизводится процесс познания на примере представителей потенциальной аудитории.

Обязательной рубрикой программы является подбор новостей о самых последних новинках в области техники и изобретениях. Также присутствуют рубрики «Новинка недели» и «Умелец недели», рассказывающая об авторах современных изобретений.

Если говорить о приемах визуализации в выпусках программы «Чудо техники», то они полностью соответствуют современным требованиям телевидения: широкое применение инфографики, 3D моделирование, использование экшн-камер при натурных съемках, съемка и монтаж действия в замедленном или ускоренном времени. Все это также направлено на повышение интереса зрителя к передаче и научной информации, в ней присутствующей.

Текст подводок ведущего и закадровый текст сюжетов наполнен различными терминами, которые либо объясняются понятными для массового зрителя словами, либо иллю-

стрируются в кадре. Таким образом, сложные научные факты и явления делаются доступными. Выполнение этой задачи отмечено и на уровне интервью, поскольку эксперты в кадре также разъясняют упомянутые ими термины. Любая постановка темы сюжета раскрывается с точки зрения полезности для зрителя: «Седина, откуда она берется? Можно ли поседеть от страха или стресса. Когда появится таблетка от седения волос?», «Сегодня речь пойдет о датчиках источников пожара. Все это теперь можно установить самому». Таким образом, авторы ставят перед собой задачу приобщить зрителя к новым изобретениям или научным открытиям, делая акцент на том, как наука решает повседневные проблемы.

Исходя из вышесказанного, в определении отличительных особенностей научно-популярной публикации в СМИ исследователи обращаются к истокам возникновения научно-популярной журналистики, к коммуникативной природе подобных публикаций как основного посредника между научным сообществом и массовой аудиторией, к выполнению культурно-просветительских функций журналистики. Ученые, исследователи, равно как журналисты и медиакритики, используют их для определения публикаций не развлекательного и не информационного, не публицистического характера, содержащих в себе не оперативную научную информацию по тематике.

Проанализировав выпуски телепрограммы «Чудо техники» на телеканале НТВ, можно отметить, что авторы постоянно создают диалог со зрителем, давая слово его представителям в кадре, проводя постановку вопроса в текстах сюжетов с точки зрения практической полезности того или иного открытия, а также давая эфирное время для выступлений экспертов в той или иной области научного знания.

Также аргументом типологического отличия научно-популярных материалов служит языковой аспект, выявленный в методологии написания научно-популярного текст посредством упрощения специализированной научной информации для восприятия массовой аудитории. Решение этой задачи также отмечено в выпусках программы «Чудо техники» на уровне сценария, а также визуализации сложных научных терминов и понятий.

Все публикации по теоретическому обоснованию научно-популярных материалов посвящены либо их присутствию в конкретном виде СМИ, либо практической подготовке текстов.

Проведя анализ выпусков телепрограммы «Чудо техники» на телеканале НТВ, было отмечено соответствие сюжетов передачи большинству из признаков научно-популярной публикации в СМИ. Однако тематика программы содержит в себе прежде всего

информацию о конкретных изобретениях и технологиях, лишь иногда касаясь вопросов фундаментальной науки.

Таким образом, отмеченная авторами необходимость терминологического определения феномена «научно-популярная публикация в СМИ» как на уровне теоретического обоснования, так и анализа конкретных журналистских продуктов, а также уточнение конкретных критериев научно-популярного журналистского материала сохраняется.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Барина, Е.Е. Текстовая задача в системе научно-популярных жанров // Вестник Новосибирского государственного педагогического университета. - 2013. - №12 (28). – Часть 1. – С. 85-89
2. Березина, В.Г. Русская журналистика 2-й четверти XIX века (1826-1839 гг.). - Л., 1965
3. Ваганов, А.Г. Закономерности исторической динамики научно-популярного жанра // Наука и школа. - 2016. – № 1. – С. 162–168.
4. Ваганов, А.Г. Научно-популярная журналистика и престиж науки в общественном сознании // Российский химический журнал. - 2007. - Т. 51. № 3. – С. 58.
5. Витязева, Ю.А. Научно-популярный сериал как гипержанр медийного дискурса // Вестник Томского государственного университета. - 2016. - № 407. - С. 11–16.
6. Егоров, В.В. Телевидение: Теория и практика. – М., 1992.
7. Заседание Совета по образованию и науке / Официальный сайт Президента Российской Федерации. - URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/53313>
8. Лапина, И.Ю. Научно-популярное телевидение. Драматургия мысли. – М.: Аспект-Пресс, 2007. – 97 с.
9. Литке, М.В. Научно-популярные и научно-познавательные журналы: проблема типологической классификации // Журналистский ежегодник. - 2014. - № 3. - С. 63.
10. Перельман, Я.И. Занимательная арифметика. Вчера и сегодня. – М.: Олма Медиа Групп, 2013.
11. Писарев, Д.И. Соч.: в 4-х т. Т.3. - М., 1956.
12. Программа «Чудо техники» отмечает юбилей // Телеканал НТВ. - URL: <http://www.ntv.ru/novosti/1957282/>
13. РАН планирует популяризировать науку среди молодежи в социальных сетях / ИТАР-ТАСС. - URL: <http://tass.ru/nauka/4827324>
14. Роженцова, О.В. Культурно-просветительские программы отечественного телевидения: традиции и новаторство: на примере телеканала "Культура". - М., 2010.
15. Романов, Д.А. Научно-популярная литература: вчера, сегодня, завтра // Время науки. - №4. - 2015. - С. 28-29.
16. Современные проблемы науки и журналистики: учеб. пособие / сост. С.И. Сметанина. – СПб.: СПбГУ, 2012. –103 с.
17. Таюпова, О.И. Лексико-грамматические средства реализации категории связности в научно-популярных текстах // Вестник челябинского государственного университета. - 2012. - №13 (267). - С. 116-122.
18. Щербакова, Г.И. Журнал О.И. Сенковского «Библиотека для чтения» и формирование массовой журналистики в России. – СПб., 2005.

УДК: 070

ББК: 76.0

Яковлева Т.В.

**ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ ТРАНСФОРМАЦИИ ГАЗЕТ
В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ. АНАЛИЗ ПУБЛИКАЦИЙ
В ЗАРУБЕЖНЫХ ЖУРНАЛАХ**

Yakovleva T.V.

**MAIN RESEARCH APPROACHES TO THE PROCESS OF TRANSFORMATION
IN NEWSPAPERS IN THE AGE OF DIGITIZATION. ANALYSIS OF ARTICLES
IN FOREIGN JOURNALS**

Ключевые слова: газеты, печать, трансформация газет, дигитализация, исследования журналистики, цифровой переход, конвергенция, цифровая среда, традиционные СМИ, онлайн-платформы.

Keywords: newspapers, press, newspaper transformation, digitization, journalism research, digital shift, convergence, digital environment, traditional mass media, online platforms.

Аннотация: данная статья посвящена обзору зарубежных исследований о процессе трансформации газетной индустрии под влиянием новых цифровых технологий. В результате мета-анализа, проведенного автором, в выборку попали 22 исследования, опубликованные с 2011 года в ведущих научных журналах, посвященных журналистике и массовым коммуникациям. Автор выделяет основные направления исследований и систематизирует научные подходы к данной проблеме. Среди важных исследовательских направлений можно выделить: медиаэкономику, анализ аудитории, использование цифровых инструментов и кейс-стади отдельных СМИ, а также новые редакционные практики.

Abstract: the article presents a review of foreign research papers devoted to the transformation process in the newspaper industry under the influence of digital technologies. Based on meta-analysis the author selected 22 scholarly articles published since 2011 in leading academic journals, devoted to journalism and mass communication. The author highlights the main research divisions and systematizes the research approaches to this issue. Media economics, audience analysis, usage of digital tools and case studies of certain media outlets can be named among the most important research divisions, as well as some new editorial practices.

Медиамагнат Руперт Мердок, выступая на съезде Американской ассоциации газетных редакторов в апреле 2005 года, предрек газетной индустрии тяжелое будущее, если она не научится считаться с информационными запросами молодых аудиторий, так называемых «цифровых аборигенов», которые все чаще читают новости на веб-порталах и в блогах. Эта речь удивительна не тем, что в ней говорится, а тем, кто ее произнес, и она «останется в истории как момент, когда газетный бизнес проснулся и столкнулся с реалиями интернет-эпохи»¹.

С тех пор прошло более десяти лет. За

это время газетная индустрия сильно изменилась под влиянием многих факторов, но самыми важными и на данный момент определяющими развитие отрасли, как и обещал Мердок, стали новые цифровые технологии. По мнению Е. Вартановой, сегодня «digital-направление становится практически всеохватным, и оно, скорее всего, станет главным и в развитии того сегмента, который мы все еще по привычке называем “периодической печатью”»².

Интеграция прессы в цифровую среду представляет собой длительный и многоступенчатый процесс. Он охватывает про-

¹ Yesterday's papers // The Economist. – URL: <http://www.economist.com/node/3896039>

² Вартанова Е.Л. Гибридизация прессы: объединяя традиции и инновации // Медиаальманах. – 2016. – № 5. – С. 9.

изводство и распространение контента, поиск новых бизнес-моделей, изменения в редакционной деятельности, новые навыки журналистов. Как отмечает В. Гатов¹, бренды печатных СМИ, которые продолжают сетевую трансформацию, переживают наибольшие сложности. Газеты и журналы, основываясь на производственном цикле, не могут полноценно перестроиться на поточное медиапотребление.

Происходящие трансформации во многом изменили и вектор развития научных исследований. Так, в ответ на вызовы времени стали появляться новые научные журналы, освещающие влияние цифровых СМИ на теорию и практику журналистики. В феврале 2013 года издательство Routledge Taylor & Francis начало выпускать журнал Digital Journalism, аналогичным образом поступило издательство Sage, запустив журнал Mobile Media and Communications. Как заметил Боб Франклин², трансформация журналистики в век цифровых медиа не просто создала новые темы для ученых, но и вновь побудила, хотя и в новом контексте, вернуться к обсуждению таких важных основополагающих вопросов, как «что такое журналистика?» и «кто такой журналист?». Кроме того, изменения в журналистике требуют обновления методологических инструментов и исследовательских стратегий.

По мнению О. Смирновой, сегодня наиболее актуальными направлениями исследований являются «изучение проявлений и признаков трансформации, их влияния на производство, содержание и потребление газет и журналов; причин трансформаций и вероятных последствий для СМИ и для общества в целом»³.

Чтобы понять, насколько тема перехода печатной прессы в цифровое пространство привлекательна и актуальна для научного сообщества, как глубоко и всесторонне она изучена, мы решили проанализировать

ряд публикаций зарубежных исследований, посвященных данной проблеме.

Таким образом, целью данной статьи является мета-анализ зарубежных исследований о процессе трансформации газетной индустрии под влиянием новых цифровых технологий, определение и систематизация основных подходов и направлений развития научной мысли в этой области.

Методология

В выборку анализируемых статей попали исследования зарубежных теоретиков, опубликованные в авторитетных и всемирно известных научных журналах по направлению «Журналистика и массовые коммуникации»: Journalism Studies, Journalism Practice, Newspaper Research Journal, Journalism, Media, Culture & Society, Global Media and China. Поиск осуществлялся по базам данных издательств Taylor and Francis и Sage. Учитывая, что трансформация прессы в условиях цифровизации – сложный и многомерный процесс, поисковый запрос включал несколько ключевых слов и их комбинаций, например, «newspapers», «printjournalism», «digitization», «digitalization», «convergence», «digital transition». В результате было отобрано более 30 статей, однако после качественного анализа текстов в выборке осталось 22 статьи. Из массива публикаций были исключены исследования, затрагивающие проблемы, напрямую не связанные с темой данной статьи. Например, несколько публикаций было посвящено государственным программам в разных странах по оцифровке газет. Безусловно, проблема сохранения архивов прессы как части письменного наследия, содержащего информацию, которой часто нет ни в каких исторических документах, отражающего дух эпохи и все аспекты развития общества, является важной, но не релевантной по отношению к нашим задачам. Стоит отметить, что в выборку попали исследования за последние 7 лет, т.е. с 2011 года. К началу нового десятилетия стало окончательно понятно, что традиционные бизнес-модели печатных СМИ находятся в кризисе, и возрастающее влияние цифровых технологий положило начало новому этапу в развитии газетной индустрии.

¹ Гатов В. Будущее журналистики // Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / Под науч. ред. С. Балмаевой, М. Лукиной. – Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. – С. 229.

² Franklin B. TheFutureofJournalism // JournalismStudies, 2014.

³ Смирнова О.В. Стратегии печатных медиа эпохи цифровых технологий // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 2013. – № 6. – С. 37.

Результаты анализа: основные направления и подходы

Доминирующее количество проанализированных исследований носит эмпирический характер. В качестве основных методов исследования можно выделить кейс-стади, интервью, контент-анализ. Как правило, в статьях затрагивается широкий спектр проблем, связанных с переходом газет в «цифру». Тем не менее мы попытались выделить и систематизировать основные подходы.

Если говорить о проблематике, затронутой в статьях, то можно обозначить несколько направлений: медиаэкономика и поиск новых бизнес-моделей, аудитория и ее поведение в цифровой среде, новые способы дистрибуции контента и его продвижения в онлайн, кейс-стади отдельных СМИ, а также изменение редакционных процессов.

Рассмотрим подробнее результаты мета-анализа по каждому из направлений.

Медиаэкономика и поиск новых бизнес-моделей

Проблема монетизации контента традиционных СМИ в интернете является одной из ведущих и для исследователей, и для практиков. Как отмечает Анхель Арресе¹ из Университета Наварры, плата за контент всегда была частью традиционной бизнес-модели печатной прессы, но после кризиса 2008 года стало понятно, что читатели привыкли получать новости бесплатно и старые модели монетизации работают плохо.

Исследователь на примере ведущих мировых изданий анализирует историю изменений бизнес-стратегий прессы, выделяя четыре периода в развитии платного доступа к контенту. Пэйволл (paywall) Арресе считает примером ретро-инновации в том смысле, что он возвращает в «доцифровую» эпоху, когда никто не сомневался, что за ценную информацию надо платить. Успешная практика платного доступа к цифровому контенту, введенная такими известными изданиями, как TheWallStreetJournal, TheFinancialTimes, TheNewYorkTimes, TheTimes, DieWelt, TheSun или Bild, во многом способствует развитию и ускорению процессов монетизации. Тем не менее, как отмечает автор, дилемма платного и

¹ Arrese Á. From gratis to paywalls. A brief history of a retro-innovation in the press's business // Journalism Studies, 2015.

бесплатного доступа так и не решена до конца.

Еще одна статья посвящена опыту перехода газет на платный доступ. Автор исследования Андреа Карсон² выделяет два вида пейволла: жесткий и мягкий. Он анализирует опыт прессы Великобритании, Америки и Австралии и приходит к выводу, что жесткое ограничение доступа к цифровому контенту результативно в том случае, если у издания есть нишевая или специализированная информация. Кроме того, более низкая стоимость онлайн-подписки может резко сократить доходы от реализации тиража. По мнению Карсона, в условиях, когда существует огромное количество цифровых СМИ с бесплатным контентом, наиболее эффективна гибридная бизнес-модель.

Новые способы дистрибуции контента и его продвижения в онлайн

Сегодня социальные сети стали важнейшим инструментом дистрибуции контента СМИ в онлайн. SMM-маркетинг является относительно недорогим и крайне эффективным способом связи со своими читателями и поиска новых аудиторий. Первые исследования, посвященные влиянию социальных сетей на продвижение традиционной прессы, появились во второй половине 2000-х, год от года количество публикаций на эту тему только возрастает.

Так, исследователи Дженифер Грир и Ян Ян в 2009 году проанализировали 357 сайтов американских газет с целью выявить, как издания используют цифровые инструменты для связи с аудиторией³. К цифровым инструментам они отнесли e-mail-рассылку, работу с агрегаторами, социальные сети и продвижение на мобильных устройствах. Исследователи пришли к выводу, что небольшие по тиражу газеты отстают от крупных в использовании диджитал-технологий, некоторые инструменты не используются вовсе или используются не в полной мере. Однако, по мнению авторов, наиболее важным является тот факт, что в своей совокупности газеты за короткий срок

² Carson A. Behind the newspaper paywall – lessons in charging for online content: a comparative analysis of why Australian newspapers are stuck in the purgatorial space between digital and print // Media, Culture & Society, 2015, Vol. 37(7), pp. 1022–1041.

³ Greer J.D., Yan Y. Newspapers Connect with Readers Through Multiple Digital Tools // Newspaper Research Journal, 2011, Vol. 32, No4.

освоили широкий спектр цифровых инструментов и тем самым продемонстрировали свой потенциал к инновациям.

К аналогичным выводам пришли исследователи Кларк Грир и Дуглас Фергюсон¹, которые проанализировали продвижение англоязычных американских газет в социальной сети «Пинтерест». Авторы определили, что чем выше тираж газеты, тем больше она использует цифровых инструментов, следовательно, имеет большее количество подписчиков в социальных сетях. Сравнивая газеты с различными тиражами, Грир и Фергюсон пришли к выводу, что у газет с большими тиражами в «Пинтерест» больше досок, но их количество никак не влияет на активность пользователей. Таким образом, на основании отсутствия пользовательской активности и интерактивности исследователи заключают, что газеты слабо используют потенциал социальной сети для своего продвижения.

Еще одно интересное исследование посвящено использованию норвежскими СМИ социальных сетей «Фейсбук» и «Инстаграм». Андерс Олоф Ларссон² проанализировал наиболее популярные массмедиа Норвегии: две газеты Aftenposten и VG, общественную телерадиокорпорацию NRK и коммерческий телеканал TV2. В результате для трех из четырех исследуемых СМИ «Фейсбук» оказался более предпочтительной платформой для распространения контента, чем «Инстаграм». По мнению Ларссона, такая тенденция не столь удивительна, поскольку половина населения Норвегии регулярно использует «Фейсбук». Единственным из всех СМИ, кто равномерно занимается продвижением в обеих социальных сетях, является TV2. При этом пользователи чаще реагируют на «мягкие» новости таблоидного типа.

Исследование аудитории и ее поведения в цифровой среде

Большой интерес представляет исследование Марко Толедо Бастоса «Шеры, пины и твиты»³. Он проанализировал, насколько часто

совпадают выбор редакции по освещению тем в интернете и активность аудитории, выраженная в шерах, лайках и твитах. Объектом исследования стали два крупнейших издания – TheNewYorkTimes и TheGuardian. Бастос проводил контент-анализ газет и их страниц в различных социальных сетях в течение двух недель в 2014 году. Среди множества интересных выводов можно выделить основной: читатели газет и пользователи социальных сетей интересуются разными темами.

Контент-аналитическое исследование показало, что TheNewYorkTimes чаще пишет об экономике, местных, национальных и мировых новостях, в то время как TheGuardian публикует больше мнений, статей об образовании, развлечениях, образе жизни и окружающей среде. Обе газеты много внимания уделяют теме спорта. Интересно, что спортивная тематика в социальных сетях вызывает гораздо меньше пользовательской активности. Аналогичная ситуация складывается с темой экономики. Больше всего пользователи социальных сетей интересуются авторскими колонками (мнениями) и новостями. Например, в «Фейсбуке» TheNewYorkTimes преимущественно освещаются темы искусства, а новости составляют всего 9% контента.

Еще одно важное наблюдение: в «Твиттере» и «Фейсбуке» пользователи чаще делятся короткими новостями, в то время как газеты ориентированы на длинные тексты и «мягкие» новости. Из всех проанализированных социальных сетей «Твиттер» наиболее полно отвечает интересам пользователей, так как является эффективной площадкой для распространения новостей. Четверть всего контента, публикуемого в «Твиттере» TheNewYorkTimes, посвящено национальным новостям.

Автор приходит к выводу, что редакции изданий подходят к распространению в социальных сетях с «газетной» логикой, не учитывая, что переход печати в онлайн сильно изменил читательскую аудиторию.

Кейс-стади отдельных СМИ

Кейс-стади некоторых СМИ мы выделили в отдельную группу исследований. Они примечательны тем, что рассматривают конкретные практики СМИ в контексте национальных особенностей развития медиаинду-

¹ Greer C.F., Ferguson D.A. Most local newspapers use Pinterest only for news // Newspaper Research Journal, 2016, pp. 1–14.

² Larsson A.O. The news user on social media. A comparative study of interacting with media organizations on Facebook and Instagram // Journalism Studies, 2017.

³ Bastos M.T. Shares, Pins, and Tweets. News readership from daily papers to social media // Journalism Studies, 2014.

стрии.

В этом отношении интересен опыт китайских массмедиа. Одна из рассмотренных статей¹ посвящена новостному приложению Pengpai, которое впервые запустило традиционное СМИ, – шанхайская газета Dongfang Zaobao (OrientalMorningPost). Исследователи отмечают, что цифровизация газет в Китае зависит не только от технологических инноваций и журналистского профессионализма, но и от позиции государства. Авторы провели ряд интервью с журналистами, сделали анализ контента, чтобы выяснить, как используются мультимедийные элементы в текстах, описали работу ньюсрума. Однако основной сложностью в работе новостного приложения является постоянное давление государства. Как отмечается в статье, газеты снова были вынуждены изменить свои онлайн-стратегии из-за критической экономической ситуации и растущего интереса власти к управлению киберпространством.

Другое интересное исследование посвящено СМИ Норвегии. Торе Слаатта из Университета Осло описывает опыт цифровизации норвежских газет². Первые попытки распространения новостей в интернете были зафиксированы в 1995 году. Уже к 2013 году 186 газет (86%) Норвегии регулярно публиковали новости в интернете. Крупнейшая газета Aftenposten в мае 2014 года сообщила, что впервые ее доходы от цифровой рекламы превысили доходы от рекламы в печати. Однако для большинства газет доходы от рекламы в печати все еще важнее. Анализируя процессы трансформации газетной индустрии, автор утверждает, что среди всех малых государств Европы Норвегия является «особым случаем». Несмотря на то, что тиражи газет падают, печатная пресса уже долгое время занимает прочное и стабильное положение в национальной системе СМИ, а государство поддерживает газетную индустрию путем субсидирования. Такие меры поддержки помогают сохранять все разнообразие печатной прессы, не

оглядываясь на рыночную логику. Тем не менее количество пользователей, имеющих доступ к цифровым продуктам, неуклонно растет, и норвежцы все чаще предпочитают читать новости в интернете.

Нельзя не сказать об исследовании Микко Вилли и Каори Хаяши³ о переходе японских газет на цифровые платформы. Авторы провели глубинные интервью с журналистами и медиаменеджерами шести главных газет Японии, чей тираж варьируется от 2 до 10 млн экземпляров в день, – Yomiuri Shimbun, Asahi Shimbun, Sankei Shimbun, Mainichi Shimbun, Nikkei и Chunichi Shimbun. Результаты эмпирического исследования показали, что газеты очень консервативно относятся к цифровым изменениям, поэтому их переход на новые платформы весьма противоречив. С одной стороны, цифровые продукты не являются для газет приоритетными, а скорее выступают в качестве приманки для молодого поколения, чтобы привлечь внимание к печатной версии. В этом отношении цифровые продукты обязаны работать на печатную газету и подчиняться ее логике. Во многом это связано с культом печатного слова и верой в эксклюзивную систему дистрибуции газет, которая называется senbaiten. С другой стороны, как отмечают авторы, с такой стратегией развития газеты могут проглядеть молодое поколение читателей, которое все больше пользуется интернетом и все чаще отказывается от покупки бумажной газеты.

Изменения в редакционных процессах

В этом разделе стоит подробнее остановиться на исследовании, освещающем специфику конвергентных процессов в ньюсрумах газет ElMundo, DieWelt и DerStandard⁴.

Статья интересна не столько описанием особенностей ньюсрумов газет, сколько предложенной в ней методикой исследования: матрицей для анализа и сравнения ньюсрумов. Авторы выделяют три типа

¹ Peter A., Chen M., Carrasco S. Power interplay and newspaper digitization: Lessons from the Pengpai experiment // *Global Media and China*, 2016, Vol. 1(4), pp. 497–510.

² Slaatta T. Print versus digital in Norwegian newspapers // *Media, Culture & Society*, 2015, Vol. 37(1), pp. 124–133.

³ Villi M., Hayashi K. «The mission is to keep this industry intact». Digital transition in the Japanese newspaper industry // *Journalism Studies*, 2015.

⁴ García-Avilés J.A., Kaltenbrunner A., Meier K. Media Convergence Revisited. Lessons learned on newsroom integration in Austria, Germany and Spain // *Journalism Practice*, 2014.

нюсрумов: модель полной интеграции, кросс-медийная модель и модель координации платформ. Исследователи пришли к выводу, что ключевую роль в конвергентных процессах играют пять факторов: рыночная ситуация, организация нюсрума, рабочие процессы и контент, навыки и обучение, участие аудитории, на основании которых можно определить модель работы того или иного СМИ.

Результаты мета-анализа показали, что исследования в большинстве своем несут эмпирический характер и затрагивают локальные проблемы. Чаще всего исследователи анализируют использование конкретных цифровых инструментов, например, продвижение газет в социальных сетях. Другое важное научное направление – поиск новых эффективных бизнес-моделей. Так или иначе эта тема затрагивается прак-

тически во всех статьях. Безусловно, большой интерес представляют кейс-стади отдельных массмедиа, позволяющие посмотреть на проблемы трансформации газет в эпоху цифровизации сферически, с учетом особенностей развития национальных медиаиндустрий и политики государства в сфере СМИ. В результате обзора мы пришли к выводу, что на данный момент в научном дискурсе, посвященном теме цифровой трансформации газет, критически не хватает работ концептуального характера. Можно предположить, что это связано с быстро меняющимися трендами цифрового развития, которые затрудняют выработку стройной концепции и единых теоретических подходов к осмыслению проблемы. Очевидно, что процесс трансформации печатной периодики не завершен, и он потребует дальнейшего научного дискурса.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Вартанова, Е.Л. Гибридикация прессы: объединяя традиции и инновации // *Медиаальманах*. – 2016. – № 5. – С. 8–10.
2. Гатов, В. Будущее журналистики // *Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016* / под науч. ред. С. Балмаевой, М. Лукиной. – Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016.
3. Смирнова, О.В. Стратегии печатных медиа в эпоху цифровых технологий // *Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика*. – 2013. – № 6. – С. 26–38.
4. Arrese, Á. From gratis to paywalls. A brief history of a retro-innovation in the press's business // *Journalism Studies*, 2015.
5. Bastos, M.T. Shares, Pins, and Tweets. News readership from daily papers to social media // *Journalism Studies*, 2014.
6. Carson, A. Behind the newspaper paywall – lessons in charging for online content: a comparative analysis of why Australian newspapers are stuck in the purgatorial space between digital and print // *Media, Culture & Society*, 2015, Vol. 37(7), pp. 1022–1041.
7. Franklin, B. The Future of Journalism // *Journalism Studies*, 2014.
8. García-Avilés, J.A., Kaltenbrunner, A., Meier, K. Media Convergence Revisited. Lessons learned on newsroom integration in Austria, Germany and Spain // *Journalism Practice*, 2014.
9. Greer, C.F., Ferguson, D.A. Most local newspapers use Pinterest only for news // *Newspaper Research Journal*, 2016, pp. 1–14.
10. Greer, J.D., Yan, Y. Newspapers Connect with Readers Through Multiple Digital Tools // *Newspaper Research Journal*, 2011, Vol. 32, No 4.
11. Larsson, A.O. The news user on social media. A comparative study of interacting with media organizations on Facebook and Instagram // *Journalism Studies*, 2017.
12. Peter, A., Chen, M., Carrasco, S. Power interplay and newspaper digitization: Lessons from the Pengpai experiment // *Global Media and China* 2016, Vol. 1(4), pp. 497–510.
13. Slaatta, T. Print versus digital in Norwegian newspapers // *Media, Culture & Society*, 2015, Vol. 37(1), pp. 124–133.
14. Villi, M., Hayashi, K. «The mission is to keep this industry intact». Digital transition in the Japanese newspaper industry // *Journalism Studies*, 2015.
15. Yesterday's papers // *The Economist*. –URL: <http://www>

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Али Наджа Хасан

Воронежский государственный университет, г. Воронеж

Аспирант

E-mail: Najah-ali@mail.ru

Ali Najah Hassan

Voronezh State University, Voronezh

Post-graduate student

E-mail: Najah-ali@mail.ru

Бейги Мохсен

Тегеранский университет, Иран, г. Тегеран

Аспирант

E-mail: mohsenbeigi@ut.ac.ir

Beygi Moshen

University of Tehran, Tehran, Iran

Post-graduate student

E-mail: mohsenbeigi@ut.ac.ir

Вихорева Лия Геннадьевна

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва

Соискатель

E-mail: mil-liya@yandex.ru

Vikhoreva Liya Gennad'evna

Lomonosov Moscow State University, Moscow

PhD

E-mail: mil-liya@yandex.ru

Голами Хосейн

Тегеранский университет, Иран, г. Тегеран

Профессор

E-mail: hgholamy@ut.ac.ir

Golami Hoseyn

University of Tehran, Tehran, Iran

Professor

E-mail: hgholamy@ut.ac.ir

Губанова Мария Игоревна

ИГСУ РАНХиГС при Президенте РФ, г. Москва

«Прайм Синема-ТВ» (8 канал)

Исполнительный директор

E-mail: goubanova@mail.ru

Gubanova Maria Igorevna

Igsu RAN handgs, Moscow

Channel 8, CEO

Senior lecturer

E-mail: goubanova@mail.ru

Демина Ирина Николаевна

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Доктор экономических наук, доцент

E-mail: Iriska.irk@rambler.ru

Demina Irina Nikolaevna

Irkutsk State University, Irkutsk

Professor, DPhil in Economics

E-mail: Iriska.irk@rambler.ru

Деньгина Анна Владимировна

Владимирский государственный университет имени А.Г. и Н.Г. Столетовых (ВлГУ),
г. Владимир

Ассистент

E-mail: anna.denguina@gmail.com

Dengina Anna Vladimirovna

Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs, Vladimir

Assistant

E-mail: anna.denguina@gmail.com

Дёрина Наталья Владимировна

Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова, г. Магнитогорск

Кандидат филологических наук, доцент

E-mail: nataljapidckaluck@yandex.ru

Dyorina Natalja Vladimirovna

Nosov Magnitogorsk State Technical University, Magnitogorsk

PhD in Philology, associate Professor

E-mail: nataljapidckaluck@yandex.ru

Диас Етсанет дель Валье

Казанский (Приволжский) федеральный университет, г. Казань

Аспирант

E-mail: yetzaneth79@gmail.com

Diaz Yetzaneth del Valle

Kazan (Volga region) federal university, Kazan

Post-graduate student

E-mail * yetzaneth79@gmail.com

Залавина Татьяна Юрьевна

Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова, г. Магнитогорск

Кандидат филологических наук, доцент

E-mail: tania_mgn@rambler.ru

Zalavina Tatjana Yurjevna

Nosov Magnitogorsk State Technical University, Magnitogorsk

PhD in Philology, associate Professor

E-mail: tania_mgn@rambler.ru

Звада Оксана Викторовна

Педагогический институт Иркутского государственного университета, г. Иркутск

Кандидат филологических наук, доцент

E-mail: zoksana@inbox.ru

Zvada Oksana Victorovna

Pedagogical Institute Irkutsk State University, Irkutsk

PhD in Philology, associate Professor

E-mail: zoksana@inbox.ru

Исакова Татьяна Борисовна

Волжский университет имени В.Н. Татищева, г. Тольятти

Кандидат педагогических наук, доцент

E-mail: isakova69@list.ru

Isakova Tatyana Borisovna

Volzhsky University after V.N. Tatishchev, Togliatti

Phd in Pedagogy, associate professor

E-mail: isakova69@list.ru

Коханова Людмила Александровна

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва

Доктор филологических наук, профессор

E-mail: L_Kokhanova@mail.ru

Kokhanova Lyudmila Alexandrovna

Lomonosov Moscow State University, Moscow

Doctor of Philology, Professor

E-mail: L_Kokhanova@mail.ru

Лебедева Светлана Николаевна

Волжский университет имени В.Н. Татищева, г. Тольятти

Кандидат филологических наук, доцент

E-mail: dgf@viut.ru

Lebedeva Svetlana Nikolaevna

Volzhsky University after V.N. Tatishchev, Togliatti

Phd in Philology, associate professor

E-mail: dgf@viut.ru

Леонов Василий Александрович

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Аспирант

E-mail: leonov.vasilij@mail.ru

Leonov Vasilij Alexandrovich

Irkutsk State University, Irkutsk

Post-graduate student

E-mail: leonov.vasilij@mail.ru

Макаренко Екатерина Юрьевна

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва

Соискатель

E-mail: makarenko.katerina2011@yandex.ru

Makarenko Ekaterina Yur'evna

Lomonosov Moscow State University, Moscow

PhD degree-seeking student

E-mail: makarenko.katerina2011@yandex.ru

Пригарина Наталья Константиновна

Волгоградский государственный социально-педагогический университет, г. Волгоград

Доктор филологических наук, доцент

E-mail: prigarina99@mail.ru

Prigarina Natalija Konstantinovna

Volgograd State Socio-Pedagogical University, Volgograd

Doctor of Philology, associate professor

E-mail: prigarina99@mail.ru

Пулаки Парване

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва

Аспирант

E-mail: parvanehpoulaki33@gmail.com

Pulaki Parvane

Lomonosov Moscow State University, Faculty of journalism, Moscow

Post-graduate student

E-mail: parvanehpoulaki33@gmail.com

Савинова Татьяна Александровна

Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова,

г. Магнитогорск

Старший преподаватель

E-mail: savinova.tatja@yandex.ru

Savinova Tatjana Alexandrovna

Nosov Magnitogorsk State Technical University, Magnitogorsk

E-mail: savinova.tatja@yandex.ru

Свитич Луиза Григорьевна

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва

Доктор филологических наук

E-mail: svitichb@yandex.ru

Svitich Louise Grigor'evna

Lomonosov Moscow State University, Moscow

Doctor of Philology

E-mail: svitichb@yandex.ru

Скибина Ольга Михайловна

Оренбургский государственный педагогический университет, г. Оренбург

Доктор филологических наук, профессор

E-mail: sskibin90@mail.ru

Skibina Olga Mikhailovna

Orenburg State Pedagogical University, Orenburg

Doctor of Philology Sciences, Professor

E-mail: sskibin90@mail.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, Moscow

PhD, associate professor

E-mail: smirnova.olga@smi.msu.ru

Стрельцова Елена Владимировна

Самарский государственный социально-педагогический университет, г. Самара

Аспирант

E-mail: elvara@mail.ru

Streltsova Elena Vladimirovna

Samara State University of Social Sciences and Education, Samara

Senior tutor

E-mail: elvara@mail.ru, streltsova@pgsga.ru

Ульянов Максим Александрович

Тольяттинский государственный университет, г. Тольятти

Аспирант

E-mail: maxulianov@gmail.com

Uliyanov Maksim Aleksandrovich

Togliatti state university, Togliatti

Post-graduate student

E-mail: maxulianov@gmail.com

Фомина Дарья Александровна

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва

Соискатель

E-mail: npoctodasha@mail.ru

Fomina Daria Aleksandrovna

Lomonosov Moscow State University, Moscow

Phd degree-seeking student

E-mail: npoctodasha@mail.ru

Фролова Вера Ивановна

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва

Старший преподаватель

E-mail: veryvera@rambler.ru

Frolova Vera Ivanovna

Lomonosov Moscow State University, Moscow

E-mail: veryvera@rambler.ru

Фролова Татьяна Ивановна

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва

Доктор филологических наук

E-mail: t_frolova@bk.ru

Frolova Tatyana Ivanovna

Lomonosov Moscow State University, Faculty of journalism, Moscow

Doctor of Philology Sciences

E-mail: t_frolova@bk.ru

Фу Цзао

Суйхуаский университет, г. Суйхуа, КНР

Аспирант

E-mail: fujiao@mai.ru

Fu Jiao

Lecturer of Suihua University from China, Suihua
Post-graduate student
E-mail: fujiao@mail.ru

Чэнь Чжу

Уханьский государственный университет, г. Ухань, КНР
Кандидат наук, пост-доктор
E-mail 28762727@qq.com

Chen Zhu

Wuhan University, Wuhan, China
Phd
E-mail 28762727@qq.com

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 Sciences, Professor
E-mail: skond@mail.ru

Щербакова Галина Ивановна

Тольяттинский государственный университет, г. Тольятти
Доктор филологических наук, доцент
E-mail: sherbakova-galin@yandex.ru

Shcherbakova Galina Ivanovna

Togliatti state university, Togliatti
Doctor of Philology, associate professor
E-mail: sherbakova-galin@yandex.ru

Яковлева Татьяна Владимировна

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва
Старший преподаватель
E-mail: tizgarsheva@mail.ru

Yakovleva Tatyana Vladimirovna

Lomonosov Moscow State University, Moscow
Senior lekturer
E-mail: tizgarsheva@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 11пт, 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: vestnik@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	Исакова Татьяна Борисовна	48-15-92 (доб. 240)	vestnikfn@vuit.ru
Экономические науки	Голиков Олег Иванович	48-76-96, 48-15-92 (доб. 219)	vestniken@vuit.ru
Юридические науки	Федосеева Ольга Юрьевна	48-73-07, 48-15-92 (доб. 131)	vestnik@vuit.ru