

Министерство образования и науки Российской Федерации
Пензенский государственный технологический университет
Институт гуманитарного образования и тестирования

**РОССИЯ В МИРЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ
МЕЖДУНАРОДНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА В ГУМАНИТАРНОЙ И
СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ**

**Материалы XIV Международной научно-практической конференции
(Москва – Пенза, 21–22 ноября 2022 г.)**

**Москва – Пенза
2022**

УДК 81.39:81.271
ББК 81.2:71.0
Р17

Ответственные редакторы:

Жаткин Д.Н., доктор филологических наук, профессор, академик
Международной академии наук педагогического образования, почетный
работник высшего профессионального образования РФ, почетный работник
науки и техники РФ, заслуженный работник культуры Пензенской области,
заведующий кафедрой перевода и переводоведения Пензенского
государственного технологического университета;
Круглова Т.С., доктор филологических наук, директор Института
гуманитарного образования и тестирования.

Редакционная коллегия:

Л.Ф. Адлейба, Л.Г. Кихней, Е.Г. Кузовникова, Н.С. Футляев.

Статьи даны в авторской редакции
Ответственность за содержание статей несут авторы статей

Россия в мире: проблемы и перспективы развития международного сотрудничества в гуманитарной и социальной сфере [Текст]: материалы XIV Международной научно-практической конференции (Москва – Пенза, 21–22 ноября 2022 г.) / отв. ред. Д.Н. Жаткин, Т.С. Круглова. – Москва – Пенза, 2022. – 366 с.

Статьи, опубликованные в сборнике, отражают результаты теоретических и экспериментальных научных исследований в области русской и зарубежной филологии, межкультурной коммуникации, методики преподавания русского языка как иностранного, проводимых учёными, преподавателями, аспирантами и студентами российских и зарубежных вузов. Публикуемые материалы предназначены для научно-педагогических работников, педагогов-практиков, административных работников образования, аспирантов, студентов.

УДК 81.39:81.271
ББК 81.2:71.0

© Пензенский государственный
технологический университет, 2022
© Институт гуманитарного образования
и тестирования, 2022

ISBN 978-5-98903-364-5

СОДЕРЖАНИЕ

<i>А.Б. Борунов</i> ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОМПОЗИЦИОННОГО АНАЛИЗА ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА	8
<i>К.Ф. Герейханова</i> ФОЛЬКЛОРНЫЕ И МИФОЛОГИЧЕСКИЕ МОТИВЫ В ЛИТЕРАТУРЕ ПОСТМОДЕРНИЗМА: ДИАЛОГ С РОМАНТИЗМОМ	16
<i>А.А. Дубенко</i> ПОДЪЯЗЫК ВОЕННЫХ МОРЯКОВ КАК ОБРАЗЕЦ ЯЗЫКА ДЛЯ СПЕЦИАЛЬНЫХ ЦЕЛЕЙ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАДИСКУРСЕ	26
<i>Н.В. Егоршина, Д.В. Ананьев</i> ГЕДОНИСТИЧЕСКАЯ ОЛЬФАКТОРНАЯ МЕТАФОРА В ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОМ ДИСКУРСЕ ВИННОЙ КАРТЫ	31
<i>А.О. Карташева</i> СТИЛИЗАЦИЯ ЖАНРА БЫЛИЧКИ В ТВОРЧЕСТВЕ В.Я. БРЮСОВА	38
<i>Л.Г. Кихней, О.Г. Белоусова</i> О ФУНКЦИЯХ БАЙРОНОВСКИХ АЛЛЮЗИЙ В «ПОЭМЕ БЕЗ ГЕРОЯ» АННЫ АХМАТОВОЙ.....	42
<i>С.А. Корниенко</i> ИНФЕРНАЛЬНЫЕ ОБРАЗЫ У ГУМИЛЁВА: ГЕТЕВСКИЕ ПОДТЕКСТЫ....	52
<i>С.А. Корниенко</i> РЕЦЕПЦИЯ АНТИЧНОСТИ У ГЁТЕ И МАНДЕЛЬШТАМА: ТОЧКИ ПЕРЕСЕЧЕНИЯ.....	59
<i>Г.А. Кричевский</i> «ФЛОРЕНТИЙСКИЕ НОЧИ» М.И. ЦВЕТАЕВОЙ: ЭПИСТОЛЯРНАЯ ПРОЗА ПОЭТА ПОЗДНЕГО МОДЕРНИЗМА.....	66
<i>М.Ю. Купцова</i> ПРОБЛЕМА РАЗРАБОТАННОСТИ ТЕРМИНА «ЛИТЕРАТУРНАЯ РЕПУТАЦИЯ» НА ПРИМЕРЕ НИКОЛАЯ ГУМИЛЕВА.....	77
<i>А.В. Ламзина</i> РАМОЧНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ТЕКСТА В КНИГАХ СТИХОВ МИХАИЛА ЗЕНКЕВИЧА 1910-Х – 1920-Х ГОДОВ	83

<i>Н.А. Ларина, Д.А. Мичурина</i> ЭТИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСА: ПРИЧИНЫ НАРУШЕНИЯ И ПУТИ ИХ УСТРАНЕНИЯ.....	98
<i>Т.В. Лубенцова, Е.В. Степырева</i> ОБУЧЕНИЕ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ СТУДЕНТОВ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ ПО ЗРЕНИЮ НА БАЗЕ СЕВЕРНОГО (АРКТИЧЕСКОГО) ФЕДЕРАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА	103
<i>Т.Л. Павлова, А.Г. Сильчева</i> «ВЕЧНЫЙ» КОНФЛИКТ «СТАРОГО И НОВОГО» В МИСТИЧЕСКОМ РОМАНЕ А. ИВАНОВА: К РЕЦЕПЦИИ ПОЗДНЕГО МАНДЕЛЬШТАМА В СОВРЕМЕННОЙ ПРОЗЕ	108
<i>А.Ю. Писаренко</i> ТРАДИЦИИ СРЕДНЕВЕКОВОЙ МИСТИКИ В ПОЭЗИИ НИКОЛАЯ РУБЦОВА	112
<i>А.В. Платицын, Ю.В. Шуйская</i> ОСНОВАНИЯ КРИЗИСА ТРАДИЦИОННЫХ ЖУРНАЛИСТСКИХ ЖАНРОВ: ГЕНЕЗИС НОВЫХ МЕДИА (ИСТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ).....	121
<i>Е.Г. Раздьяконова</i> ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНЫЙ ДИАЛОГ НИКОЛАЯ ГУМИЛЕВА С ТОМАСОМ МАННОМ (К ИНТЕРПРЕТАЦИИ СТИХОТВОРЕНИЯ «У ЦЫГАН»)	127
<i>Е.А. Трушина</i> СИСТЕМА ЗАДАНИЙ ПРИ РАБОТЕ НАД ИЗЛОЖЕНИЕМ НА ЗАНЯТИЯХ ПО РУССКОМУ ЯЗЫКУ КАК ИНОСТРАННОМУ НА ОСНОВНЫХ КУРСАХ ВОЕННОГО ВУЗА.....	133
<i>В.В. Тыркалова</i> ПОТЕНЦИАЛ СРЕДСТВ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ ДЛЯ МАНИПУЛЯЦИИ ОБЩЕСТВЕННЫМ СОЗНАНИЕМ ПОСРЕДСТВОМ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ПРИЕМОВ	144

А.А. Устиновская
ПЕРЕВОДЧЕСКАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ О. МАНДЕЛЬШТАМА
СТИХОТВОРЕНИЯ С.МАЛЛАРМЕ: К ПОЭТИКЕ
НЕЗАВЕРШЕННОСТИ.....156

А.А. Юдахин
АНТИКАТОЛИЧЕСКАЯ ПОЛЕМИКА Ф.М. ДОСТОЕВСКОГО В
ЭПИСТОЛЯРИИ (1867 – 1872) И ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТВОРЧЕСТВЕ
(РОМАНЫ «ИДИОТ» И «БЕСЫ»).....162

МОЛОДЕЖНАЯ ПЛОЩАДКА

Ю.О. Акимова
ЮМОР КАК КУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН. СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ
КОМИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА179

Е.С. Весёлкина
ФОРМИРОВАНИЕ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ЛИЧНОСТНОГО ИМИДЖА
ПИСАТЕЛЯ НА ПРИМЕРЕ БРАЗИЛЬСКОГО ПРОЗАИКА ПАУЛО
КОЭЛЬО.....192

А.В. Владимирова
СООТНОШЕНИЕ ПЕРЕВОДЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В РАМКАХ
ДИСФЕМИСТИЧЕСКОГО ПЕРЕВОДА НА ПРИМЕРЕ ДУБЛЯЖА
«КРИМИНАЛЬНОГО ЧТИВА»207

Ю.А. Зембатова
СУЩНОСТЬ УСТНОГО ПЕРЕВОДА В ЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ НАУКЕ220

В.И. Крутихина
ПЕРЦЕПЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЕКЛАМНЫХ ИНТЕРНЕТ-ПРОЕКТОВ ...229

Я.С. Лещикова
ВЛИЯНИЕ АНТИЧНОСТИ НА ПОЭЗИЮ «СЕРЕБРЯНОГО ВЕКА».....233

С.В. Максименко
ОСНОВНЫЕ ФУНКЦИИ ЖУРНАЛА «ЖУРНАЛИСТ» НА СОВРЕМЕННОМ
ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ.....241

<i>В.Д. Малышенкова</i> ПОНИМАНИЕ СМИ КАК «ЧЕТВЕРТАЯ ВЛАСТЬ» И ИХ РОЛЬ В ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА СТРАНЫ ВО ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКЕ	246
<i>Е.Т. Музыкантов</i> СПЕЦИФИКА ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ПОЛИТИЧЕСКОГО ДЕЯТЕЛЯ (НА ПРИМЕРЕ У. ЧЕРЧИЛЛЯ)	250
<i>П.В. Мясоедова</i> ПРИМЕНЕНИЕ КОГНИТИВНЫХ МЕТАФОР В СМИ И МЕДИА В КОНТЕКСТЕ БЕЛОРУССКОГО КОНФЛИКТА 2020 ГОДА	266
<i>Н. Очередный</i> ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ ОМОНИМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ В КАЛАМБУРНОМ КОНТЕКСТУАЛЬНОМ ЗНАЧЕНИИ АНГЛИЙСКОГО ТЕКСТА	273
<i>Е.Б. Павлюк</i> К ВОПРОСУ О ПОЛИТИЧЕСКОМ НАРРАТИВЕ В ПЕРСПЕКТИВЕ ТЕОРИИ ВЛ. ПРОППА	285
<i>И.В. Пахомов</i> ОСОБЕННОСТИ АУДИОВИЗУАЛЬНОГО ПЕРЕВОДА ДОКУМЕНТАЛЬНЫХ ФИЛЬМОВ	291
<i>М.А. Розвязева</i> МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ В СОВРЕМЕННЫХ РЕАЛИЯХ.....	296
<i>П.О. Суханов</i> РАБОТА ПРЕСС-СЛУЖБЫ СПОРТИВНОГО КЛУБА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ	302
<i>И.Ф. Тагирбекова</i> БАСНЯ ЭЗОПА «ВОРОН И ЛИСА» И БАСНЯ КРЫЛОВА «ВОРОН И ЛИСИЦА». К ДРЕВНЕГРЕЧЕСКИМ КОРНЯМ РУССКИХ БАСЕН	313
<i>А.С. Трушина</i> К ВОПРОСУ О ПЕРЕВОДЕ РОМАНА СТИВЕНА КИНГА «ОНО» НА НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК	318

<i>А.С. Трушина</i> К ВОПРОСУ О ПЕРЕВОДЕ СКОРОГОВОРКИ В РОМАНЕ СТИВЕНА КИНГА «ОНО» НА НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК	322
<i>М.С. Устинова</i> РЕПУТАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ ДИНЫ РУБИНОЙ КАК ПИСАТЕЛЯ В КОНТЕКСТЕ КОНВЕРГЕНТНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ: ФОРМАТЫ, КАНАЛЫ, ЖАНРЫ.....	327
<i>Д.Ю. Черкасов</i> ОСОБЕННОСТИ ПУБЛИКАЦИИ МАТЕРИАЛА В ОТЕЧЕСТВЕННЫХ НОВОСТНЫХ TELEGRAM -КАНАЛАХ	340
<i>П.А. Шалыганов</i> ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ РАССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ В УСЛОВИЯХ КОНВЕРГЕНЦИИ	348
<i>И.А. Шляпников</i> К ВОПРОСУ О РОЛИ СМИ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ИНФОРМАЦИОННО- ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ЛИЧНОСТИ.....	353
<i>А.О. Пивоварова</i> СИБИРСКИЙ ДОСТОЕВСКИЙ В РЕЦЕПЦИИ Н.И. ЯКУШИНА	359

УДК 82.09
ББК 83

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОМПОЗИЦИОННОГО АНАЛИЗА ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА

А.Б. Борунув, Московский университет имени А.С. Грибоедова, Москва, Россия

THEORETICAL FOUNDATIONS OF COMPOSITIONAL ANALYSIS OF A FICTION TEXT

*A.B. Borunov, Moscow University named after A.S. Griboedov,
Moscow, Russia*

Аннотация. Статья преследует целью соотношение понятий композиция текста в литературоведении и в языкознании, а также разграничение терминов композиция художественного текста и архитектоника. Автор обращается к истории изучения вопроса и его современному состоянию. Научная новизна статьи заключается в рассмотрении композиции как объекта изучения языковедческой стилистики. Значимость работы заключается в том, что её результаты вносят вклад в разработку теории интерпретации художественного текста, а также в решение проблем стилистики.

Ключевые слова: композиция; архитектоника; стилистика художественной прозы; лингвостилистика; теория интерпретации.

Abstract. The article aims at the correlation of the concepts of text composition in literary studies and linguistics, as well as the differentiation of the terms composition of a literary text and architectonics. The author refers to the history of the study of the issue and its current state. The scientific novelty of the article lies in the consideration of composition as an object of linguistic stylistics study. The significance of the work lies in the fact that its results contribute to the development of the theory of interpretation of a literary text, as well as to the solution of stylistic problems.

Keywords: composition; architectonics; stylistics of fiction; linguistics; theory of interpretation.

E-mail: borunov.artem@yandex.ru

Изучение текста с позиции гуманитарных наук невозможно без рассмотрения его композиции. Как известно, первоначально композиция была объектом изучения литературоведов и понималась как «расположение и соотнесенность компонентов художественной формы, т.е. построение произведения, обусловленное его содержанием и жанром» [9, с. 164].

О проблеме композиции писал еще Аристотель в «Риторике». Автор подробно рассматривал структуру трагедии, выделяя составные ее части: «сказание», «характеры», «речь», «мысль», «зрелище», «музыкальная часть». Особое внимание Аристотеля было направлено на «склад событий» как важнейшую часть трагедии.

«Склад событий», «сплетение», «расположение» представляют собой первые термины теории композиции [1].

Постепенно понятие композиции художественного текста окончательно становится объектом изучения стилистики – науки, изучающей употребление языка, которая в 1954–1955 гг. не без влияния дискуссии о языкознании и языке на страницах журнала «Вопросы языкознания» [6, с. 21] утвердилась как самостоятельная учебная дисциплина. Однако о композиции, как объекте изучения стилистики, писал также В. В. Виноградов, считавший композицию одним из разделов стилистики, объектом ее изучения видел «принципы расположения слов, их организацию в те или иные синтаксические ряды, а также приемы сцепления и сопоставления синтаксических целых» [2, с. 7].

Так, И. А. Фигуровский замечал: «Наряду с литературоведческим понятием композиции произведения следует установить языковедческое понятие структуры текста произведения» [16, с. 245]. О композиции в своих работах писали многие авторитетные ученые – литературоведы и лингвисты, например, М.М. Бахтин, В.В.Виноградов, И.Р. Гальперин, А.И. Горшков, В.М. Жирмунский, Л.Г.Кайда, В.Г. Костомаров, Ю. М. Лотман, В. В. Одинцов, Г. Н. Пospelов, Л.В.Щерба и др.

Изучение языковой композиции текста соотносится с теорией композиции. Известно, что теория композиции получила развитие в рамках «русского формализма», представители которого композицию текста рассматривали не как «продукт литературного дела», а «форму литературного произведения в статике» [10, с. 8].

Лингвистами предлагались различные методики анализа композиции художественного произведения, внимание в которых было акцентировано на каком-либо одном или нескольких ведущих компонентах текста. Однако, как отмечает в своём диссертационном исследовании Ю. М. Калинина, «не была предложена методика, отвечающая шести принципам современной лингвистики (антропоцентризм, экспансионизм, функционализм, экспланаторность, текстоцентризм, семантикоцентризм) и позволяющая проводить

полный филологический анализ художественного произведения с учетом максимально полного числа структурных и идейносодержащих компонентов текста, результатом которого является определение идейных позиций персонажей, авторского замысла и возможного восприятия текста читателями» [8, с. 198].

В филологической литературе встречаются два синонимичных термина «композиция» и «архитектоника». Рассмотрим композицию художественного текста как предмет исследования стилистики. Согласно теоретическим источникам понятие «композиция текста» ранее использовалось исключительно в теории литературы и литературоведении, однако в последнее время лингвисты обратили своё внимание на важность композиции при исследовании текста. Одной из первых работ в отечественном языкознании, освещающей композицию текста, была «Грамматика текста» О. И. Москальской. Данная работа представляет собой одно из первых исследований, в котором внимание учёного обращено на актуальность изучения композиции в рамках теории текста. В своём труде учёный оперирует понятием макрокомпозиции, т. е. «композиционной оформленности целого произведения», использует понятие «композиционная схема текста», т.е. создание формальной модели текста в результате его разложения на смысловые части, например, композиционная структура басни: 1) экспозиция, 2) диалог и поступки персонажей, 3) мораль [12, с. 79]. В «Грамматике текста» учёный предлагает методику композиционного анализа, основанную, на первой стадии, на разложении текста на отдельные абзацы, на второй — выделение значимых элементов в абзацах.

Под композицией художественного текста также понимается «взаимная соотнесенность и расположение единиц изображаемого и художественно-речевых средств» [17, с. 262]. Иными словами композиция – это построение произведения, которое определяет целостность, завершенность и единство произведения. Композиция текста обусловлена авторскими интенциями, жанром, содержанием литературного произведения. Она представляет собой «систему соединения» всех его элементов [14, с. 150].

В свою очередь, под архитектурой понимается построение художественного произведения. Отметим, что довольно часто употребляется в том же значении термин «композиция», причем в применении не только к произведению в целом как архитектура, но и к отдельным элементам его: композиция образа, сюжета, строфы и т. п. В понятие «архитектура» входит соотношение частей произведения, расположение и взаимная связь его компонентов, образующих вместе некоторое художественное единство. Иными словами, в данное понятие входит как внешняя структура произведения, так и внутренняя, а именно: построение сюжета, деление произведения на части, тип рассказывания (от автора или от лица особого рассказчика), роль диалога, та или иная последовательность событий (временная или с нарушением хронологического принципа), введение в повествовательную ткань различных описаний, авторских рассуждений и лирических отступлений, группировка действующих лиц и т.п.

Как уже было отмечено выше, в специальной литературе существуют различные толкования понятий архитектура и композиция. В данной работе мы придерживаемся определения композиции, сформулированного в работах А.И. Домашнева, Э. Г. Ризель и Е. И. Шендельс.

А. И. Домашнев отмечает, что «под композицией понимается все построение художественного произведения, определенная система средств раскрытия, организации образов, их связей и отношений, характеризующих жизненный процесс, показанный в произведении. Композиционные принципы построения каждого литературного произведения обусловлены как закономерностями отражаемой действительности, так и мировоззрением, художественным методом автора, а также конкретными идейно-эстетическими задачами, поставленными автором в данном произведении» [5, с. 32].

По мнению Э. Г. Ризель и Е. И. Шендельс, композиция представляет собой взаимодействие внутренней и внешней структуры текста. В любой стилистической сфере коммуникации членение целостной структуры на отдельные составляющие имеет большое теоретическое и практическое значение. Любое литературно-художественное произведение может быть правильно воспринято только как целое

по отношению к своим частям, и, наоборот, часть приобретает смысл и право на существование только благодаря своему положению внутри целого. Результатом речевого акта является не арифметическая сумма содержательных и формальных элементов сообщения, а их интеграция, сплетение в единство формы и содержания. Именно на этой органической связи и основан прагматический аспект текста – коммуникативный эффект в целом и стилистическое воздействие на отдельного получателя информации [19, с. 265–267].

На наш взгляд, композиция и архитектоника художественного текста не должны рассматриваться как синонимы, т. к. архитектоника образует только внешний (формальный) фактор построения текстового целого: с одной стороны, членение на отдельные архитектонические единицы, а с другой – языковое оформление целостной структуры как результат этого процесса архитектонического членения.

Внешнее оформление текстового целого и его частей (архитектоника) возникает одновременно с его тематическим и идейным наполнением, т. е. композицией. Элементы плана содержания и плана выражения образуют целостную, неделимую структуру литературно-художественного произведения. Взаимодействие элементов художественной формы порождает систему образов, вне которой невозможна реализация идейно-тематического содержания.

Обобщая вышесказанное, можно сделать вывод, что под композицией часто понимают внутреннюю структуру произведения, в отличие от внешней композиции или архитектоники. Под архитектоникой или внешней структурой понимается членение текста на части, их последовательность и взаимосвязь.

Таким образом, целесообразно говорить о композиции и языковой композиции художественного текста. Так, Н. Н. Глухоедова в своей диссертационной работе под композицией художественного текста понимает «его строение, расположение важных смысловых частей произведения» [3, с. 136]. Рассматривая «композицию» и «языковую композицию» художественного текста, исследователь пишет, что «оба явления характеризуют текст. Структурные

компоненты языковой композиции художественного текста связаны с точкой видения (автора, рассказчика, персонажа), в этом, как нам кажется, проявляется взаимосвязь композиции и языковой композиции художественного текста. Отличие заключается в том, что композиция характеризует текст как статическую структуру, языковая композиция – как динамическую» [3, с. 136].

Однако активное изучение композиционного построения художественного произведения при его лингвистическом анализе можно наблюдать только в последние несколько десятилетий, поскольку еще в середине 80-х годов понятие композиции в собственно языковедческом аспекте принималось и исследовалось не всеми учеными-лингвистами. Так, например, в 1986 году был выпущен сборник научных трудов по русскому языку «Язык и композиция художественного текста» [18], в котором понятие композиции использовалось только в литературоведческом понимании. Заметим также, что в «Лингвистическом энциклопедическом словаре» под редакцией В.Н.Ярцевой термин «композиция» отсутствует.

В настоящее время понятие композиции широко используется при филологическом анализе текстов художественной литературы. Более того, оно зафиксировано в словарях наравне с другими лингвистическими понятиями.

Например, в «Стилистическом энциклопедическом словаре русского языка» под редакцией М.Н. Кожинной дается следующее определение термина «композиция текста» – «это схема организации и структурной упорядоченности целого текста (произведения), отражающая строение, соотношение и взаимное расположение его частей, членение на смысловые элементы, степень и характер выраженности этих элементов, порядок их следования и взаимосвязь между ними» [15, с. 168]. В «Учебном словаре: русский язык, культура речи, стилистика, риторика» Т. В. Матвеевой «композиция» определяется как «группировка и последовательность содержательных частей текста, мотивированные замыслом автора. Если брать текст как законченное речевое целое, то композиция – это строение, расположение частей, структура речевого произведения. Если же иметь в виду текст как последовательность языковых единиц и процесс речевого общения

автора и адресата, то под композицией следует понимать выстраивание последовательности частей, с помощью которого постепенно раскрывается целостный замысел – при постоянной заботе автора об управлении вниманием адресата» [11, с. 109].

«Понятие композиции используется в современной лингвистике применительно к различным уровням текста: так, исследователями выделяются метрическая композиция (в стихотворных текстах), семантическая композиция, грамматическая композиция. В основе этих типов композиции лежит представление о сочетании в определенной последовательности и взаимодействии в рамках текста разных метрических форм, смыслов, грамматических форм, синтаксических конструкций» [13, с. 50]. Иными словами, актуальность понятия композиции, использования его в современной лингвистике очевидна. Это объясняется наметившейся в последние несколько десятилетий «тенденцией к интеграции лингвистических знаний, с усилением интереса к тексту как основному объекту филологии и к порождающему текст говорящему лицу» [7, с. 171]. Внимание к композиционному строению произведений, с лингвистической точки зрения, подтверждает справедливость слов А. И. Горшкова, опирающихся на утверждение В. В. Виноградова: «Какой бы путь лингвистического анализа художественного текста ни избирался, он, по мысли Виноградова, не должен обходить «проблемы композиции как системы динамического развертывания словесных рядов в сложном словесно-художественном единстве» [4, с. 83]. По этой причине многие современные лингвисты в большей или меньшей степени затрагивали проблему композиционной организации художественного произведения в своих исследованиях.

Список литературы

1. *Аристотель. Поэтика. Риторика / Пер. с греч. В. Аппельрота, П.Платоновой. – СПб.: Азбука, 2000. – 347 с.*
2. *Виноградов В.В. О языке художественной прозы. Избранные труды. Т. 5. – М.: Наука, 1980. – 362 с.*

3. Глухоедова Н.Н. Языковая композиция художественного текста: структурные компоненты (на материале романа Руслана Киреева «Апология»): Дис. ... канд. филол. н.: 10.02.01; Забайкальский гос. гум.-пед. ун-т им. Н.Г.Чернышевского. – Чита, 2009. – 159 с.
4. Горшков А.И. Композиция художественного текста как объект лингвистического исследования // Русский язык: Проблемы художественной речи. Лексикология и лексикография. Виноградовские чтения. IX–X. – М.: Наука, 1981. – С. 82–91.
5. Домашнев А.И. Интерпретация художественного текста. – 2-е изд., дораб. / А.И. Домашнев, И.П. Шишкина, Е.А. Гончарова. – М.: Просвещение, 1984. – 208 с.
6. Залевская А.А. Текст и его понимание: Монография. – Тверь: Тверской гос. ун-т, 2001. – 177 с.
7. Золотова Г.А. Грамматика композиции // Художественный текст как динамическая система: Материалы международной научной конференции, посвященной 80-летию В.П. Григорьева / Отв. ред. Н.А. Фатеева; Институт русского языка им. В.В. Виноградова РАН (Москва, 19–20 мая 2005 г.). – М.: Управление технологиями, 2006. – С. 164–171.
8. Калинина Ю.М. Композиция художественного текста как средство выражения его антропоцентричности: Дис. ... канд. филол. н.: 10.02.01; Липецкий гос. пед. ун-т. – Липецк, 2009. – 217 с.
9. Литературный энциклопедический словарь / Под общ. ред. В.М.Кожевникова и П.А. Николаева. – М.: Советская энциклопедия, 1987. – 752 с.
10. Лотман Ю.М. О поэтах и поэзии: Анализ поэтического текста. – СПб.: Искусство-СПб, 1995. – 848 с.
11. Матвеева Т.В. Учебный словарь: русский язык, культура речи, стилистика, риторика. – М.: Флинта; Наука, 2003. – 432 с.
12. Москальская О.И. Грамматика текста: Учебное пособие. – М.: Высшая школа, 1981. – 183 с.
13. Николина Н.А. Филологический анализ текста. – М.: Издательский центр «Академия», 2003. – 256 с.

14. Нурё Л. О значении и композиции произведения // Семиотика и художественное творчество. – М., 1977. – С. 128–142.
15. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М.Н. Кожинной. – М.: Флинта: Наука, 2003. – 696 с.
16. Фигуровский И.А. Структура текста художественного произведения. – Елец: ЕГУ им. И.А. Бунина, 2004. – С. 245–249.
17. Хализев В.Е. Теория литературы. – М.: Высшая школа, 1999. – 400 с.
18. Язык и композиция художественного текста (русский язык): Межвузовский сборник научных трудов / Отв. ред. Л.Ю. Максимов. – М.: МГПИ им. В. И. Ленина, 1986. – 95 с.
19. Riesel E. Deutsche Stilistik. – М.: Высшая школа, 1975. – 315 с.

УДК 82.02
ББК 83.3

ФОЛЬКЛОРНЫЕ И МИФОЛОГИЧЕСКИЕ МОТИВЫ В ЛИТЕРАТУРЕ ПОСТМОДЕРНИЗМА: ДИАЛОГ С РОМАНТИЗМОМ

*К.Ф. Герейханова, Московский университет имени А.С. Грибоедова,
г. Москва, Россия*

FOLKLORE AND MYTHOLOGICAL MOTIFS IN THE LITERATURE OF POSTMODERNISM: A DIALOGUE WITH ROMANTICISM

*K.F. Gereykhanova, Moscow University named after A.S. Griboedov,
Moscow, Russia*

Аннотация. Статья посвящена анализу фольклорных и мифологических мотивов в литературе постмодернизма в контексте диалога с романтизмом. В работе обосновано, что интертекстуальность постмодернистского типа отражает все основные тенденции постмодернистской литературной практики: установка на жанровую поливалентность, коллажная архитектоника, открытая и скрытая центонность, позволяющая включать в ареал читательских ассоциаций множество поликультурных текстов и дискурсивных практик - от фольклорных и постфольклорных преданий до сюжетных архетипов литературы романтизма.

Ключевые слова: постмодернизм, романтизм, интертекстуальность, фольклорные мотивы, миф.

Abstract. The article is devoted to the analysis of folklore and mythological motifs in the description of postmodernism in dialogue with romanticism. The paper substantiates that the intertextuality of the postmodern type has all the main characteristics of postmodern literary practice: an orientation towards genre polyvalence, collage architectonics, open and hidden centonality, which

makes it possible to take into account in the reader's associations a multitude of multicultural texts and discursive practices - from folklore and postfolklore legends to pre-plot archetypes of literature romanticism.

Keywords: postmodernism, romanticism, intertextuality, folklore motifs, myth.

E-mail: kamilla.gereykhanova@mail.ru

Постмодернизм, появившийся «после модерна», провозгласил использование классических источников и образцов в иной форме – в форме использования фрагментов текста, обыгрывания их в новой форме, перегруппирования и изменения. Это стало дополнительным стимулом к изучению феномена интертекстуальности как в широком, так и в узком понимании данного термина.

Среди особенностей постмодернизма на первый план выступает игра с текстами: автор создает свое произведение, опираясь на многочисленные написанные ранее тексты, используя различные средства связи – от прямого цитирования до завуалированного намека, вплоть до провозглашенной Роланом Бартом теории «смерти автора»: произведения настолько состоят из цитирования уже сказанного в литературе, что говорить об авторе как таковом было бы неверно. Одновременно использование интертекстуальных связей позволяет говорить о «стирании границ», литература перестает делиться на элитарную и массовую, так как одно и то же произведение может быть одновременно и элитарным, и массовым: массового читателя увлечет остросюжетная история, а элитарному будет интересна сложная система межтекстовых взаимодействий.

Между тем тип сознания, определяющий картину мира той или иной эпохи, оказывает определяющее влияние на выработку эстетических критериев и поэтических приемов, в том числе и постмодернизма [1].

Как подчеркивает исследователь Л.Г. Кихней, не каждое использование чужого слова следует считать интертекстуальностью: «целесообразно различать явления заимствования и семиотической гомологии. В последнем случае о чужом слове говорить следует крайне осторожно, поскольку мы имеем дело с принципиально иным явлением, нежели интертекстуальность, хотя внешне эти феномены похожи. При семиотической гомологии мотивные, сюжетные и

образные параллели с другими текстами возникают не вследствие заимствования, перенимания чужого, а в результате совпадений. А эти совпадения обусловлены восхождением текстов-предшественников и наличных текстов к некоему общему генетическому наследству – мотивно-сюжетным матрицам, укорененным в культуре (литературе, языке, мифологии, фольклоре)» [2, с. 43].

Поэтому, когда постмодернизм рассматривается в аспекте наследования мотивов и идей предшествующих эпох, подразумевается, что какие-то классические авторы обнаруживают близость постмодернистским идеям. Близость в данном случае – это совпадение мировоззренческих установок, моделирующих картину мира, что и определяет сущность понятия «традиция». Важно выявить тип сознания, определяющего парадигму художественного мироощущения того или иного автора.

Если «формальной» предтечей постмодернизма можно считать различные вариации литературы модернизма, то с содержательной точки зрения постмодернизм интегрировал опыт всех предшествующих- литературных направлений. Исторически мифологические сюжеты, архетипы и мотивы нашли отражение в большинстве литературных течений и направлений. Но, безусловно, мифологические мотивы наиболее ярко прослеживаются эстетике романтизма.

Как отмечает исследователь И.К. Дмитриенко, в философии немецкого романтизма, которая стала квинтэссенцией этого движения, центральное место занимала реабилитация сферы духовного, то есть поиск трансцендентных, экзистенциальных и культурных оснований внутреннего мира человека. Внешние процессы трактовались романтиками как результат объективаций феноменов мифопоэтического (имагнитивно-чувственного) сознания [3, с. 121]. Поэтому такое мировоззрение можно считать неомифологическим сознанием как формой возрождения мифологического. Миф – некий сверхобраз, сверхвыражение того, что содержат природа и история. Мифотворчество отражает способность человека выражать метаэмпирический, транс персональный опыт в первичных, базовых образах.

Использование неомифологизма характерно для романа, создаваемого в лоне поэтики постмодернизма. Поэтика мифологизирования предполагает вовлечение в ткань произведения образов универсальной психологии и истории, а также использует циклическую ритуально-мифологическую повторяемость для выражения архетипов и конструирования повествования.

Рассмотрим элементы мифа, в том числе фольклорные, религиозные и оккультные конструкции, используемые писателями эпохи романтизма, в частности Э.Т.А. Гофманом, а также современных российских прозаиков Елену Чижову и Борисом Акунина.

Установка романтиков на возрождение мифологической рецепции обусловила их историзм. Так, Ф. Шлегель пишет: «Мы должны работать над результатами опыта, сформированного уже прежде другими руками. Таково именно значение мифологии» [4, с. 121].

В зрелом романтизме наиболее показательным творчеством Гофмана. В его повести «Золотой горшок» о наличии архетипического пласта свидетельствует мифическая предыстория – история любви князя духов Фосфора к огненной лилии. Эта сюжетная линия несет смысловую нагрузку картины начала всех начал. Кроме того, движение от царства Фосфора к царству Атлантиды, к которому приходит протагонист «Золотого горшка» в финале, отражает популярную среди романтиков идею о движении истории от Золотого Века к Царству Божьему.

Неомифологическое сознание проявляется у представителей немецкого романтизма и русского постмодернизма не только на сюжетно-образном уровне, но и на уровне хронотопа. Главной составляющей мифопоэтического хронотопа является принцип дехронологизации.

Миф в силу многократной повторяемости искажает категорию времени в развертывании сюжета. Архетипические события происходили в прошлом, происходят в настоящем и будут происходить в будущем – благодаря этому они выглядят как вечно *представленные*, а акцент переносится с хронологической последовательности на изображение «застывших» ситуаций, с повествования на

описание. В. Топоров пишет: «В мифопоэтическом хронотопе время сгущается и становится формой пространства (как бы выводится вовне, откладывается, экстенсифицируется), его новым («четвертым») измерением» [5, с. 227].

Мотив «смещенного времени» присутствует и в романе Новалиса «Генрих фон Офтердинген»: «Он увидел его маленькую комнату, расположенную вплотную у стены высокого собора, от каменных плит которого поднималось великое прошлое, в то время как с купола навстречу прошлому несло ясное, радостное будущее в образе золотых ангелочков» [6, с. 205].

По мнению В.М. Жирмунского, взгляды романтиков в этом вопросе можно свести к следующему: «Когда наступит вечность, она будет не отрицанием времени, а завершенным временем... Как “положительная середина” между прошедшим и будущим, завершенное время соединяет в себе прошедшее и будущее, вечность в своей полноте заключает в себе полноту того, что было, и того, что будет» [7, с. 170].

В контексте литературы постмодернизма примером отсылы и к мифологическому сюжету, и к литературе романтизма, может служить роман Елены Чижовой «Крошки Цахес», само название которого отсылает к сказке Гофмана «Крошка Цахес». «Героиня, тогда – школьница, ныне – сорокалетняя дама, всю жизнь посвятила одной-единственной любви. Предмет любви – идол, кумир, божество, идеал – учительница английского языка. Загадочная Ф. для своих воспитанников является таким же непостижимым и далеким существом, как и фея Розабельверде для героев «Крошки Цахеса». Она рождена совершенно в другой стране – в таинственном Джиннистане (героиня Чижовой тоже родилась в другой стране, Российской империи, и только потом попала в ту действительность, в которой живут все остальные герои, – в советскую).

Основное действие «Крошек Цахес» разворачивается в начале 1970-х. То, что происходит вокруг, Ф. решительно не принимает. Показушая жизнь ленинградской элитарной спецшколы под крылышком райкома партии, с открытыми уроками для иностранных делегаций, призванными продемонстрировать капиталистическим гостям «обычных советских

школьников», свободно декламирующих Шекспира в оригинале и с детства занимающихся балетом, – эта жизнь не для нее. И Ф. находит выход – уйти в прошлое, в литературный «золотой век». Она создает школьный театр, где ставит «Ромео и Джульетту», «Двенадцатую ночь», «Макбета», «Ричарда III», и театральная реальность для Ф. и ее учеников вытесняет реальность настоящую. Гофмановская фея также существует в другой реальности – она может подарить молодоженам дом, в котором на лужайке всегда светит солнце, а вкусные блюда готовятся сами, она может сделать уродца прекрасным в глазах всех тех, кто на него смотрит. Однако превосходство крошки Цахеса – лишь иллюзия, как и театральные подмостки Ф. «Крошки Цахес» являются первыми и лучшими в иллюзорном мире – вот что, прежде всего, объединяет их с героями Гофмана.

Для феи Цахес – лишь игрушка, она наделяет его волшебным даром, совершенно не думая о последствиях, делает доброе дело, которое должно было бы обернуться благом, но обернулось злом. «Это удивительное волшебство заключено в трех огнистых сверкающих волосках на темени малыша. Всякое прикосновение к этим волоскам, да и вообще к голове, для него болезненно, даже губительно. По этой-то причине фея превратила его от природы редкие, всклокоченные волосы в густые, прекрасные локоны, которые, защищая голову малыша, вместе с тем скрывают упомянутую красную полосу и увеличивают чары» [8, с. 86]. По сути, Ф. также создает комфортную обстановку только и исключительно для себя. А ученики – не люди, не личности, она играет в них, как в куклы, наряжая мальчиков в Ромео и Ричардов, а девочек – в Джульетт и Виол.

Отметим в данном случае существенную разницу между действиями гофмановской героини, на которую оглядывается рассказчица, и учительницы Ф. Фея Розабельверде время от времени поддерживала в Крошке Цахесе его чудесный дар, расчесывая его спутанные волосы, однако ни разу не пыталась наказать его за отступничество – напротив, бунт становится делом рук стороннего человека, студента Бальтазара. Очевидно, в использовании аллюзии заложен только один смысл – герои наделены даром, с которым сами не в силах

справиться и который их тяготит. Фея желала им добра, а на деле дар обернулся во зло.

Шекспировский мир, его драмы и сонеты – это те самые три золотых волоска на темени крошки Цахеса, в которых заключался его дар. Они, словно волшебное стекло, заставляли каждого видеть Цахеса лучшим из лучших. Умение читать стихи на английском точно так же застит глаза комиссиям и иностранцам: они считают, что это умение с лихвой компенсирует все остальные недостатки.

Фея Розабельверде у Гофмана имеет два облика: обычная канонисса, занимающаяся попечительскими делами, то есть практически учительница, и фея, снабженная магическими атрибутами: «На ней было длинное черное платье, и она была закутана в покрывало, подобно матроне. Проспер Альпанус, объятый странным предчувствием, взял трость и устремил на незнакомку искрящиеся лучи своего набалдашника. И вот как будто молнии с легким потрескиванием засверкали вокруг дамы, и она явилась в белом прозрачном одеянии, блестящие стрекозьи крылья были у нее за плечами, белые и красные розы заплетены в волосах.

Прямо названная именем гофмановской героини учительница Ф. и читателю видится в возвышенно-романтическом ореоле, почти лишенная земных черт и недостатков. Однако в данном случае мы имеем обратный обман зрения: если героиня Гофмана с виду кажется обычной женщиной, и лишь компетентному видна ее истинная сущность, то героиня Чижовой, наоборот, представляется волшебницей лишь ослепленным ученикам, а все остальные люди видят в ней обычную, даже антипатичную женщину.

Следует отметить, что реминисценция Гофмана достаточно поверхностна: несмотря на упорное повторение имени героини Гофмана феи фон Розеншен и названия повести Гофмана в названии романа Чижовой, интертекстуальность заключается во вполне определенной метафоре: наделение даром человека, которому этот дар не по силам.

Гофмановская фея живет в мире, где, как и в образцовой школе, практически все зависит от сословия, к которому человек принадлежит. Крестьянка, вынужденная заниматься тяжелой работой, и так несчастна, а уродливый и злой сын – для нее обуза. Давая сыну чудесный дар, в силу которого ему приписывают все самые лучшие действия, совершаемые в его присутствии, фея мало задумывалась о том, что дар может обернуться во зло. Несмотря на волшебство, мальчик сохранил дурной характер и стал бессовестно приписывать себе все возможные заслуги.

Героиня Елены Чижовой, в открытую называемая своими учениками именем гофмановской героини, также дает им некий дар, - умение видеть и чувствовать литературу, играть в театре, перевоплощаться. Однако этим даром она и заражает их души, понимая, что они переживут расцвет своей жизни слишком рано, что сильные эмоции и чувства, захлестнувшие их в школе, никогда не сравнятся с их взрослыми переживаниями.

Рассмотрим отражение фольклорных и мифологических сюжетов в творчестве Б.Акунина. В рассказе «Чаепитие в Бристоле» есть яркий элемент межтекстового диалога с фольклорными текстами и литературными сказками, созданными на основе фольклора. Семья лорда Беркли представляет собой классический вариант сказочной семьи:

Жил старик в одном селе.

У старинушки три сына:

Старший умный был детина,

Средний сын и так и сяк,

Младший вовсе был дурак [9, URL].

Лорд Беркли – отец трех сыновей, старший из которых является наследником титула, средний – священником, а младший, как указывает мисс Палмер, «паршивой овцой»: «Все Линны (таково было родовое имя лордов Беркли) съехались в свое семейное гнездо, чтобы отметить восьмидесятилетие патриарха. На семейной прогулке доставало лишь третьего брата, почтенного Тобиаса Линна, которого мисс Палмер называла «черной

овцой» в семействе. Причем, как и в сюжете сказки «Конек-Горбунок», у третьего сына есть помощник – экзотическое животное: «Однако Фандорин смотрел не на Тобиаса Линна, а на роскошного зверя, которого достопочтенный вел на поводке. Это был африканский леопард. Квартирная хозяйка слышала от дворецкого, что капитан никогда не расстается с хищником, повсюду возит с собой.

Третий, младший, сын оказывается в итоге преступником: именно он крадет ожерелье «Млечный путь» и отправляет отца в пешее путешествие к Молли. Традиция сказочного описания трех сыновей в «Чаепитии в Бристоле» вывернута наизнанку: если в сказочном сюжете младший сын – «дурак» - в итоге оказывается наиболее успешным и получает в жены Царь-девицу, а старшие оказываются обычными, ничем не примечательными людьми, то у Акунина Тобиас Линн – самый «неуспешный» член семьи, и его афера с колье также оказывается неудачной из-за Фандорина.

Герои Акунина в «Чаепитии в Бристоле» постоянно противостоят гротескно преувеличенным опасностям и сталкиваются с дикими животными: дворецкий вынужден вступить в единоборство с Молли Флейм, чья сила и удаль сравнивается с львиной, для старика лорда Беркли опознавательным знаком становится медведь, а хранителем «Млечного Пути» в итоге оказывается леопард Скалпер. Это роднит сюжет «Чаепития в Бристоле» с волшебными сказками, в которых звери также часто выступают в роли и хранителей, и испытателей. В целом, созданный Акуниным текст оказывается некой медианой между волшебной сказкой и классическим детективом.

Другим примером обработки мифологического сюжета может служить включение Б.Акуниным в рассказ «Нефритовые четки» китайской легенды о Судье Ди. Обращение к мифам, легендам, преданиям в целом составляет один из циклообразующих мотивов «фандоринского» корпуса текстов. Вымышленные или переработанные легенды используются в «Перед концом света», «Скарпее Баскаковых», «Долине мечты» и пр. Тем самым сборник

вступает во взаимодействие с фольклорными текстами, и в нем выстраивается слой мифологической интертекстуальности.

Иной пример использования мифологического мотива можно увидеть в рассказе «Сигумо». В основу сюжета легла легенда о призраке женщины с пионовым фонарем, преследующей своего возлюбленного. «Сигумо» Акунина формально соответствует канонам жанра – в рассказе принимает участие таинственный оборотень, и хотя впоследствии ситуация разрешается вполне рационалистическим образом, в рассказе присутствует достаточно большой пласт информации, связанный с японской мистикой.

Подводя итог, можно отметить, активизация определенного пласта архетипического сознания предполагает обращение к устойчивым формам и способам конструирования сюжета, хронотопа и иных элементов художественного произведения. Поэтому подобное взаимопроникновение мотивно-образных парадигм в литературе не ново. Оно обуславливается параллелизмом культурно-исторических эпох со схожими картинами мира.

Интертекстуальность постмодернистского типа отражает все основные тенденции постмодернистской литературной практики: установка на жанровую поливалентность, коллажная архитектоника, открытая и скрытая центонность, позволяющая включать в ареал читательских ассоциаций множество поликультурных текстов и дискурсивных практик - от фольклорных и постфольклорных преданий до сюжетных архетипов литературы романтизма.

Список литературы

1. Цивьян Т.В. *Модель мира и ее роль в создании (аван)текста.* Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.ruthenia.ru/folklore/tcivian2.htm>. Дата обращения – 01.10.2022

2. Кухней Л.Г. *К механизму образования интертекстуальных мотивов: мотивный комплекс «волчьей травли» в русской поэзии XX века // Вестник Тверского государственного университета. Серия Филология. 2013. №1. С.47.*

3. Дмитриенко И.К. Традиции на материале произведений Саши Соколова и Виктора Пелевина: Диссертация ... кандидата филологических наук: 10.01.01 / Российский университет дружбы народов (РУДН). – М., 2013.
4. Шлегель Ф. Эстетика. Философия. Критика: В 2 т. – М.: Мысль, 1983. – Т. 1.
5. Топоров В.Н. Пространство и текст // Текст: семантика и структура. – М., 1983. – С. 227–284.
6. Новалис. Генрих фон Офтердинген // Избранная проза немецких романтиков. – М.: Худ. лит., 1979. – С. 205–337.
7. Жирмунский В.М. Немецкий романтизм и современная мистика. – СПб.: типография Товарищества А.С. Суворина «Новое Время», 1914.
8. Гофман Э.Т.А. Крошка Цахес. – М., 2010.
9. Ершов П.П. Конек-горбунок // <https://solnet.ee/skazki/777>. Дата обращения – 21.10.2022.

УДК 070
ББК 76.02

**ПОДЪЯЗЫК ВОЕННЫХ МОРЯКОВ КАК ОБРАЗЕЦ ЯЗЫКА ДЛЯ
СПЕЦИАЛЬНЫХ ЦЕЛЕЙ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАДИСКУРСЕ**

*А.А. Дубенко, Московский университет имени А.С. Грибоедова,
г. Москва, Россия*

**SUB-LANGUAGE OF MILITARY SAILORS AS A SAMPLE OF A
LANGUAGE FOR SPECIAL PURPOSES IN MODERN MEDIA DISCOURSE**

*A.A. Dubenko, Moscow University named after A.S. Griboyedov,
Moscow, Russia*

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы статуса языка военных моряков как языка для специальных целей. Рассматривается дифференциация терминов «подъязык» и «язык для специальных целей», обоснован статус подъязыка военных моряков и примеры его использования в современном дискурсе масс-медиа. Показаны различия между стереотипным

представлением субъектов, использующих данный тип дискурса, и реальным воплощением дискурса.

Ключевые слова: масс-медиа, дискурс, подъязык, язык для специальных целей.

Abstract. The article deals with the issues of the status of the language of military sailors as a language for special purposes. The differentiation of the terms “sublanguage” and “language for special purposes” is considered, the status of the sublanguage of military sailors and examples of its use in modern mass media discourse are substantiated. The differences between the stereotypical representation of the subjects using this type of discourse and the real embodiment of the discourse are shown.

Keywords: mass media, discourse, sublanguage, language for special purposes.

E-mail: 79182307907@yandex.ru

Языковая форма, используемая определенным (часто закрытым) сообществом, может представлять собой социолект, жаргон, арго, подъязык либо язык, используемый для специальных целей (ЯСЦ). Существенным отличием сленговых и жаргонных форм от подъязыка и ЯСЦ состоит в том, что жаргон и арго используются как дополнительная семиотическая система, функционирующая как «пароль – отзыв», и эта функция является первичной. «Свой» знает жаргонные слова, «чужой» их не знает и не реагирует на них должным образом. При освоении подъязыка или ЯСЦ, связанного с определенной профессией или хобби, неофит сталкивается с более доброжелательным отношением, чем неофит жаргона и арго: сообщество использующих подъязык является более открытым и идет навстречу.

Далее, жаргон, в отличие от подъязыка и ЯСЦ, осваивается стихийно, часто – интуитивно. Желая войти в сообщество, например, криминальных элементов, неофит исследует их дискурс, стараясь сформулировать для себя значения слов и сделать вывод об их употреблении. Элементы подъязыка осваиваются целенаправленно, в том числе во время обучения определенной профессии.

Термин «подъязык» возник в отечественном языкознании в 1960-х гг. Н.Д.Андреев определял его как «набор языковых элементов и их отношений в текстах с однородной тематикой» [1, с. 91]. В 1990-х гг. начал также активно обсуждаться ЯСЦ: «один из вариантов реализации общенародного языка, используемый ограниченной группой его носителей в условиях как официального, так и неофициального общения» [2, с. 4]; «совокупность естественных или естественно-искусственных языковых средств,

используемая в какой-либо области знаний и/или деятельности главным образом для передачи предметной информации и отражающая понятийный аппарат, не являющийся достоянием большинства носителей данного национального языка» [6, с. 74]. Во всех определениях отмечается совокупность языковых средств, что представляется слишком широким определением: на уровне грамматики, морфологии и синтаксиса, подъязык и ЯСЦ не содержат уникальных средств выражения. Основные особенности проявляют себя именно на лексическом уровне.

Как отмечают В.М. Лейчик [7] и Т.Н. Хомутова [8], подъязык и ЯСЦ открыты для широкой аудитории и реализуют себя в трех подвидах: язык профессиональной коммуникации, который используют непосредственно сами профессионалы в ситуации, связанной с их профессиональной деятельностью, язык образовательной коммуникации, используемый профессионалом при обучении новичка, и язык общей коммуникации, используемый профессионалом в общении с непрофессионалом.

Речь военных моряков подробно анализируется в диссертации Л.В.Горбань, определяющей подъязык военных моряков как «профессионально детерминированную подсистему общенационального языка» [4, с. 6]. Этот подъязык реализует себя в формате профессионального общения и в общении в формате «диалога-театра» - то есть общении перед публикой, когда военный моряк предстает как воплощение некоего стереотипного образа – он выходит к публике именно в роли «военного моряка», человека, который выступает в профессиональной роли.

Рассмотрим вариант самопрезентации военного моряка в современном медиадискурсе на примере публичных высказываний военных моряков в медиaprостранстве. В газете «Московский комсомолец» от 15.04.2022 представлены высказывания ряда военных моряков по поводу крейсера «Москва»:

«Черноморский флот лишился флагмана, и это, безусловно, большая потеря. Особенно тяжело переживают военные моряки, ветераны флота. Так, адмирал

Владимир Комоедов на просьбу дать комментарий сказал: «Я в глубочайшей печали и не хочу давать никаких комментариев» [3].

Большую часть материала «Московского комсомольца» представляет прямая речь моряка, капитана I ранга Василия Дандыкина, в которой также актуализировано эмоциональное состояние моряков после потери крейсера: «Для моряка потеря флагмана – это огромная боль. Сейчас такой фонтан страстей, особенно у людей, которые к флоту отношения не имеют. У нас же от любви до ненависти – небольшое расстояние. К сожалению, это так» [3].

В реакции военных моряков, таким образом, сразу отмечается их эмоциональная буря, ненейтральное отношение к гибели крейсера. Таким образом, моряки предстают как люди, которым не безразлична судьба крейсера, которые испытывают по этому поводу его гибели сильные чувства. Речь Дандыкина отличается краткими конструкциями, с использованием неопределенно-личных предложений:

«Да, слава богу, что с крейсера всех ребят сняли. Это очень важно, потому что экипаж – самое главное. Железо построят. Люди на крейсере служили подготовленные. Это всегда был один из лучших экипажей на Черноморском флоте. Из тех, кто на нем послужил, многие адмиралами стали» [3].

Дандыкин использует конструкции «ребят сняли», «железо построят», которые подразумевают вовлечение в действие многочисленного коллективного субъекта: благодаря его речи формируется ощущение, что в помощи крейсеру и его дальнейшей постройке будут участвовать все люди, в том числе читатели данного материала.

В рамках анализируемого материала представлена также прямая речь эксперта-политолога, не являющегося военным моряком. Используемый им синтаксис и морфологические конструкции разительно отличаются:

«Главный результат гибели крейсера «Москва» при всей трагичности и общенациональной боли - это то, что вместе с кораблём утонула «партия мира».

«А крейсер мы новый построим, – считает Евстафьев. – И пусть он называется, как положено крейсеру в России – «Слава» [3].

Несмотря на эмоциональность используемых высказываний, присутствие сильных чувств, как и в прямой речи моряков, разительно отличается синтаксис: все фразы, цитируемые журналистами, являются двусоставными полными предложениями: «мы построим», «он называется» и пр., используются сложные конструкции. Фразы эмоциональны, но не вовлекают читателя в процесс переживания.

В другом образце прямой речи военного моряка в медиадискурсе также представлены односоставные предложения с элиминацией подлежащего:

«Горжусь, что служу на современном корабле, которому доверяют и новые ответственные задачи. А принимать участие в Главном военно-морском параде для каждого из нас большая честь, – делился чувствами Дмитрий Александрович» [5].

Таким образом, репрезентация образа военного моряка в медиадискурсе с использованием прямой речи в режиме ЯСЦ для общих целей включает в себя два ярчайших элемента, исследование которых нуждается в дальнейшем развитии и углублении. Это повышенная эмоциональность используемых лексических единиц и превалирование односоставных предложений, в особенности – неопределенно-личных, что позволяет сфокусировать внимание на коллективном субъекте речи, с вовлечением в него в том числе и целевой аудитории медиадискурса.

Список литературы

1. Андреев Н.Д. *Статистико-комбинаторное моделирование языков.* – М.: Наука, 1965.
2. Баранникова Л. И., Массина Л. А. *Виды специальной лексики и их экстралингвистическая обусловленность // Язык и общество.* – Саратов, 1993. – Вып. 9. – С. 3–15.
3. Вальченко С. *Военные моряки увидели мистический след в потере крейсера «Москва»* // <https://www.mk.ru/politics/2022/04/15/voennye-moryaki-videli-misticheskiy-sled-v-potere-kreysera-moskva.html>
4. Горбань Л.В. *Военно-морская лексика русского языка в синхронии и*

диахронии: дис. ... к.ф.н. – Мурманск, 2008.

5. Козак Ю., Гавриленко А., Воробьева О. «Слово военных моряков незыблемо, а усердие безгранично...» // <https://ric.mil.ru/Novosti/item/422011/>

6. Кудашев И.С. Проектирование переводческих словарей специальной лексики. – Хельсинки, 2007.

7. Лейчик В.М. Терминоведение. – М.: Флинта; Наука, 2009.

8. Хомутова Т.Н. Язык для специальных целей (LSP): лингвистический аспект // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2008. – № 71. – С. 96 – 106.

УДК 070

ББК 76.02

ГЕДОНИСТИЧЕСКАЯ ОЛЬФАКТОРНАЯ МЕТАФОРА В ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОМ ДИСКУРСЕ ВИННОЙ КАРТЫ

*Н.В. Егоршина, Военный университет Министерства обороны имени
Александра Невского, г. Москва, Россия*

*Д.В. Ананьев, Московский университет имени А.С. Грибоедова,
г. Москва, Россия*

HEDONISTIC OLFACTOR METAPHOR IN THE INSTITUTIONAL DISCOURSE OF THE WINE CARD

*N.V. Egorshina, Alexander Nevsky Military University of the Ministry of Defense,
Moscow, Russia*

*D.V. Ananiev, Moscow University named after A.S. Griboedov,
Moscow, Russia*

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы гедонистической метафоры в институциональном дискурсе винной карты. Показана история исследования метафоры в когнитивной и традиционной лингвистической парадигме, рассмотрена специфика ольфакторных метафор и их потенциал в дискурсе рекламного сообщения. Охарактеризованы особенности институционального дискурса винной карты и показаны вариации прочтения метафоры «человек – вино» в англоязычном описании вина. Указан потенциал метафоры гедонизма в дискурсе.

Ключевые слова: институциональный дискурс, гедонизм, метафора, когнитивная лингвистика.

Abstract. The article deals with the issues of hedonistic metaphor in the institutional discourse of the wine list. The history of the study of metaphor in the cognitive and traditional linguistic paradigm is shown, the specificity of olfactory metaphors and their potential in the discourse of an advertising message are considered. The features of the institutional discourse of the wine list are characterized and variations of the reading of the metaphor "man - wine" in the English description of wine are shown. The potential of the metaphor of hedonism in the discourse is indicated.

Keywords: institutional discourse, hedonism, metaphor, cognitive linguistics.

E-mail: egorshina.n@mail.ru; ananievdv@mail.ru

В последние тридцать лет происходит подъем интереса к метафоре – понятию, существующему уже более двух тысяч лет. Исследователей привлекают проблемы, связанные с экспрессивностью языка и речи (их возможности и потенциал) в наиболее широком и популярном текстовом пространстве – рекламе. При современном подходе метафора изучается и рассматривается не изолированно в виде отдельной языковой единицы, а в составе целого текста, том числе и в рекламном дискурсе, так как именно в условиях контекста происходит насыщение значения слов смыслом не изолировано, а в неразрывной связи с другими единицами высказывания и неязыкового контекста.

Особый интерес представляет изучение когнитивного аспекта метафоры. Осмысление метафоры как одного из важнейших механизмов мышления человека открывает новые перспективы для изучения доступного языкового материала, его анализа и исследований когнитивных процессов человека, различных аспектов порождения и восприятия речи.

Согласно традиционным взглядам и современной концепции Дж.Лакоффа и М.Джонсона, метафора состоит на службе сложных абстрактных понятий, которые могут быть осмыслены только через понятия конкретные и простые. То, что осмысляется, эти ученые называют термином **область-мишень (target)**, то, с помощью чего область-мишень описывается, – **областью-источником (source)**.

В современной лингвистике термин «метафора» имеет двоякое значение. В соответствии с первым, метафора – это проявление в речи глубинной сущности данного концепта. Так, если брать концепт «поведение», то можно, например,

выделить метафоры, позволяющие говорить о поведении людей в сравнении с животными, с неодушевленными предметами, с явлениями природы и пр. Этот подход связан, прежде всего, с работами Лакоффа-Джонсона и их последователей [3, с. 45].

Дж. Лакофф отмечает, что в структуре концептуальной метафоры участвуют две области: сфера-источник (source) и сфера-мишень (target). Сфера источник проецируется на сферу-мишень в результате опыта взаимоотношения человека с окружающим миром, что и подтверждает когнитивный потенциал метафоры. Источник и мишень обладают некими схожими свойствами. Свойства какого-либо источника позволяют обратить внимание на определенные качества мишени.

Второй, более традиционный подход к метафоре, предполагает рассмотрение способов её формирования в соответствии с разными критериями: метафора-персонификация относится к области семантики и стилистики, резкая метафора описывает воздействие на читателя, синестезия в метафоре призывает обратить внимание на физиологию восприятия и механизмы познания окружающего мира человеком и т. д. Такой подход можно увидеть в многочисленных современных и классических книгах по риторике. В лингвистике метафора считается одним из главных тропов: согласно мнению И.В. Арнольд, «первотроп», как бы представляющий «все тропы» в одном лице, уже привлекал внимание науки нашего времени. Главное открытие в этом направлении принадлежит Р.О. Якобсону, «назначившему» главными тропами метафору и метонимию и показавшему глубокое различие между ними: метафора рассчитана на работу со значениями слов в парадигме, то есть в вертикальном ряду иерархии выбора слов, а метонимия как синтагматическое явление связана со значениями слов в «горизонтальном» ряду [1, с. 65].

Среди гедонистических метафор одной из наиболее важных является метафора вкуса. «Реклама продуктов питания и глюттотонический дискурс включают в себя информацию преимущественно от ольфатической (вкусо-запаховой) перцептивной системы. Это и телесная схема естественного

следования инстинкту выживания и жизнеобеспечения, и стратегия наслаждения, культурная и гедонистическая практика, складывающаяся на базе вкусовых перцептивных реакций отдельного человека и целого социума» [3, с. 4].

Ольфатическое восприятие или запах и вкус традиционно относятся к периферийным модальностям, поэтому в психологии им уделяется очень мало внимания.

Результаты экспериментов указывают на значительно более диффузный тип кодирования в обонятельной системе, чем в других сенсорных системах.

Вкус очень часто рассматривается в паре с запахом, тем не менее это отдельное чувство. Некоторые вещества имеют преобладающий вкус, другие представляют собой результат комбинации вкусов. Каждый базисный вкус характеризуется специфическими физическими качествами, но природа этих качеств пока точно не определена.

«Несомненно, когнитивные метафоры вкуса относятся к первородным метафорам или метафорическим примитивам, которые возникают в результате метафорической проекции на концептуальные области, непосредственно ассоциируемые с опытом. Они выводятся на пересечении двух доменов, доступных перцептивному и когнитивному опыту перцептора-дегустатора, образуя сложные «молекулы смысла» в перцептивном пространстве вкуса и иной концептуальной системы» [3, с. 5].

Особый интерес представляет рассмотрение метафоры вкуса в дискурсе винной карты, представляющей собой особый тип институционального дискурса.

Практика описания вин в винных картах представляет собой сложившийся институциональный дискурс, в котором представлены как прямые обозначения перцептивных свойств, так и переносные метафорические, описывающие вкус вина. На нашем материале, в первую очередь, следует остановиться на прямых непереносных обозначениях на базе имен существительных и прилагательных.

Для целей дегустации вина описание вкусов следует различению базовых вкусов – горький, кислый и сладкий.

Вкус сладкого в русском языке передается через относительные прилагательные, опирающиеся на указание на объект, носитель признака; в английском языке – это, по большей части, имена существительные и некоторые относительные прилагательные:

- мускатный muscat описывает вкус и аромат, присущий столовым и десертным винам из мускатных сортов винограда;

- мадерный Madera – значение, производное от географического названия острова Мадера и соответствующее вкусам крепкого вина, богатым дубильными и азотистыми веществами;

- хересный sherry / Brandy de Jerez, обозначающее специфический букет, присущий столовым и крепким винам и восходящее к географическому названию города Херес де ла Фронтера;

- плодовой или фруктовый fruity, относительное прилагательное, произведенное от составляющей вина – плоды и фрукты; вкус характерен для определенных столовых и крепленых вин. Красное вино из винограда сортов Каберне, Бастардо, Рубиновый Магарача обладает ароматом вишни, черной смородины или чернослива. Высококачественным портвейнам свойственен общий плодовой аромат, содержащим отсылку к красным ягодам red berry, черным ягодам black berry (ежевика, чернослив), плодам с белой плотью apple, pear, peach и цитрусовым lemon, lime, grapefruit, tangerine, orange.

- цветочный floral / spicy floral: этот тонкий аромат полевых цветов характерен для качественных столовых вин включает упоминание таких цветов, как;

- медовый honey, обозначение, опирающееся как на относительное, так и качественное значение: «медовым» в переносном смысле может называться мягкое, нежное, иногда приторное отношение к чему-либо: «медовый голос»; характерен для полудесертных и десертных вин, например, для токайских;

– смолистый аромат resinous fragrance присущ крепленным винам, выработанным на основе уваренного на открытом огне сусла (малага, марсала).

Профессиональные тексты, рассчитанные на дегустаторов и формирование эталонных перцептивных вкусов могут содержать также и упоминания деревьев, грибов, овощей, свежеработанной кожи, осенней лежалой листвы и минералов.

В обоих языках более представителен блок метафорических обозначений перцептивных ощущений при дегустации. Метафоры при этом являются когнитивными и обозначают перцептивные свойства вкуса, не имеющие прямых обозначений в обоих языках. Они опираются на метафорический блок «человек».

Отметим, что в подавляющем большинстве случаев вино персонифицируется, описывая его характер - оно может быть представлено как нервное, гибкое, благородное и пр. Источником метафоры в данном случае является аромат, а мишенью – перцептивные свойства вещества, вина, через призму сравнения с живым существом, имеющим свои особенности характера и эмоций.

2010 PEARL MORISSETTE RIESLING

'CUVEE BLACK BALL'

VQA NIAGARA PENINSULA

Generous, rich style of riesling, with notes of lemon-lime, citrus and peach with a touch of wet stone minerality.

(Описание вкуса представляет собой набор относительных прилагательных, описывающих вкус в прямом, а не в метафорическом значении)

Словосочетание «rich style of riesling» является когнитивной метафорой, для описания которой используется ссылка на образ человека. Прилагательное «generous» может быть переведено как «щедрый», «великодушный», «выдержанный». Сочетание вышеописанной метафоры и прилагательного с точки зрения перцепции вкуса активизируют у потенциального покупателя или дегустатора исключительно положительное отношение и эмоции.

Гедонистическая метафора является типичной для рекламного дискурса, так как в большинстве случаев в рекламном тексте представлен так называемый реалистический пафос: человека призывают купить тот или иной продукт или воспользоваться той или иной услугой на основании того позитивного результата, который ему навязывает рекламный дискурс. Позитивный результат может быть представлен как выгодой (экономия 15%), так и наслаждением: приятными тактильными, вкусовыми и обонятельными ощущениями. Описание ощущений особенно часто используется в рекламе продуктов питания и одежды. Гедонистические метафоры актуализируют чувственное наслаждение от еды, сна, приятных тактильных ощущений и пр.

Особый институциональный дискурс винной карты имеет свои устоявшиеся формулы в любом языке, в частности, в русском и в английском языке. В российских винных картах вкус вина описывается, по большей части, с помощью относительных прилагательных, характеризующих либо географическое происхождение вина, либо его вкус по сравнению с вкусом ягод, плодов, фруктов и пр. В англоязычном институциональном дискурсе ту же функцию, как правило, выполняют признаковые существительные: вкус описывается как сумма различных составляющих, в частности, других вкусов (ягод, плодов и пр.) и гедонистического ощущения от вкуса: свежести, легкости, сбалансированности и пр.

Список литературы

1. *Арнольд И.В. Стилистика. Современный английский язык. – М.: Флинта: Наука, 2009.*
2. *Жантурина Б.Н. Метафоры на основе перцептивного компонента. – М.: Пресс Медиа, 2012.*
3. *Лакофф Д., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. – М., 2004.*

УДК 82.09
ББК 83

СТИЛИЗАЦИЯ ЖАНРА БЫЛИЧКИ В ТВОРЧЕСТВЕ

В.Я. БРЮСОВА

*А.О. Карташева, Московский университет имени А.С. Грибоедова,
Москва, Россия*

STYLIZATION OF THE BYLICHKA GENRE IN V.Ya. BRYUSOV'S CREATIVITY

*A.O. Kartasheva, Moscow University named after A.S. Griboyedov,
Moscow, Russia*

Аннотация. Статья посвящена оригинальному образцу жанра стилизации фольклорной былички в творчестве В.Я. Брюсова на примере «Рассказов Маши, с реки Мологи, под городом Устюжна». Этот прозаический отрывок, не опубликованный при жизни автора, представляет собой один из вариантов реализации «экстенсивной» политики Брюсова в деле освоения литературных жанровых, представленных в мировой культуре. Эта установка, как показывается в статье, предполагает написание максимально дифференцированных жанровых образцов прозы и поэзии. В поисках жанровых канонов Брюсов обращается не только к западной культуре, но и к жанрам отечественного фольклора, стилизуя записи полевых исследователей.

Ключевые слова: Брюсов, жанр, рассказ, быличка, агональный жанр, стилизация.

Abstract. The article is devoted to the original example of the genre of stylization of folklore bylichka in the work of V.Ya. Bryusov on the example of “Masha's Tales, from the Mologa River, near the city of Ustyuzhna”. This prose passage, not published during the author's lifetime, is one of the options for implementing Bryusov's “extensive” policy in the development of literary genres represented in world culture. This setting, as shown in the article, involves writing the most differentiated genre samples of prose and poetry. In search of genre canons, Bryusov turns not only to Western culture, but also to the genres of Russian folklore, stylizing the records of field researchers.

Keywords: Bryusov, genre, short story, bylichka, agonal genre, stylization.

E-mail: lgkihney@yandex.ru

В творчестве русского поэта и прозаика В.Я. Брюсова присутствует экстенсивный принцип «освоения» различных жанров, культур и традиций: по меткому замечанию Д.Е. Максимова [7], он «захватывал и оставлял» новые территории, как Александр Македонский: единожды пробуя себя в каком-то жанре, уже не возвращался на «освоенную» территорию.

Одним из таких единожды освоенных жанров в корпусе прозы В.Я. Брюсова является жанр былички, представленный в не опубликованном при жизни автора рассказе «Рассказы Маши, с реки Мологи, под городом Устюжна». Этот текст представляет собой набор из нескольких мистических историй, объединенных

общей тематикой появления в жизни деревенских жителей различных потусторонних существ: леших, домовых, баечников и пр.

Жанр былички, широко распространенный в устном народном творчестве, подвергся литературному осмыслению в XVIII – XIX вв.: сформировался и развился интерес к народному фольклору, записи устной речи сказителей. Жанр быличек сохраняет устойчивую популярность в современном фольклоре (ср. [2]) вплоть до начала XXI столетия.

Е.Е. Левкиевская указывает на агональность как принципиальную составляющую жанра былички: рассказчики соревнуются в ходе полилога, имплицитно подразумевается, что победит тот, кто расскажет более страшную или остросюжетную историю, чем остальные. Агональность быличек подобна агональности исполнения частушек: исполнители по очереди поют частушки, по мере того, как вспоминают их. «Принципиальная характеристика условий бытования былички в том, что она не просто существует в рамках бытового неформального диалога, как говорилось ранее, а что в своей естественной среде она всегда рассказывается в рамках беседы – именно в этой разновидности диалога она как должное воспринимается и говорящим и слушающим, включенными в традицию, и именно это обстоятельство налагает на порождаемый текст все тематические, когнитивные, языковые и прочие особенности (в том числе способы наименования мифологических явлений), которые делают быличку быличкой. Т.о. коммуникативная ситуация бытования былички только на первый взгляд является неопределенной - в самом деле она имеет вполне конкретные черты ситуации беседы, что обуславливает время и место рассказывания былички, а также круг участников общения и их роли» [5].

Стилизация жанра былички представлена в отечественной литературной традиции в произведениях В.Ф. Одоевского, А.А. Марлинского (Бестужева) и Н.В. Гоголя. В исследовании, посвященном литературным быличкам, Е.А. Шрага указывает на характерную для стилизации быличек структуру «рамочного светского разговора» или «рамочного спора»: прежде чем рассказчики перейдут непосредственно к рассказыванию историй, сообщается о некоем светском разговоре, в контексте которого возникает тема мистики и сверхъестественного. Это роднит литературные былички с такими произведениями эпохи

Возрождения, как «Декамерон» Джованни Боккаччо и «Кентерберийские рассказы» Джеффри Чосера: рамочный сюжет вводит контекст рассказывания определенных историй на заданную или вольную тему. Рассказывание «страшных историй», распространенное в среде детей и подростков, отображено также в «Бежином луге» И.С. Тургенева, где рассказчики также вводятся автором в агональный диалогический контекст.

В.Я. Брюсов использует другой подход к стилизации былички, не вводя ни рамочного светского разговора, ни агонального контекста: «рассказы», якобы «собранные» автором, приписываются одному человеку – девушке Маше. Если бы эти рассказы собирал и записывал настоящий фольклорист, он указал бы релевантные параметры информанта – например, возраст. Рассказы Маши представлены как аутентичные записи: «По замечанию публикатора текста Вл. Муравьева, «Рассказы Маши с реки Мологи» <...> по форме представляют собой якобы фольклорную полевую запись, что должна подтверждать авторская справка: «Записано Новгородской губ., Устюжнинского уезда на р. Мологе, в 1905». Рассказы устюжнинской Маши о дворовых, домовых, баечниках-перебаечниках и других представителях деревенской «нечистой силы», безусловно, имеют фольклорный источник. Но характер работы над рукописью, с вариантами и правкой отдельных слов и выражений, убеждает в том, что перед нами оригинальное художественное произведение, лишь имитирующее фольклорный, сказовый стиль» [3].

В стилизации быличек Брюсовым отсутствует их принципиальная агональность, сохраненная в стилизациях Гоголя, Одоевского, Марлинского и других авторов XIX столетия. «Маша» будто бы рассказывает сама себе, вспоминая различные истории, и когезия текста устроена по принципу «припоминания». В имплицатуре содержится некий не зафиксированный вопрос, например: «Были ли какие-то необычные истории?» или подобный. При этом речь Маши начинается со слов «Ой, барышня, как в Ярославле хорошо, только одних жуликов и боишься, а у нас в деревне как худо: и дворовые, и домовые, и баечники, перебаечники» [3]. Это вынуждает предположить, что в понимании автора Маша не отвечает на вопрос записывающего ее речь исследователя, а сама инициирует разговор о потусторонних существах, при этом сопоставляя миры

города и деревни. В речи Маши на протяжении всего текста повторяется лейтмотив «у нас в деревне худо», «а как у нас в деревне нехорошо делают» и т.д. После зачина «Маша» подряд рассказывает краткие истории не только об обозначенных в начале дворовых, домовых и баечниках, но и о лешем, русалке, колдунах, гадалках, встречах с нечистой силой, вселившейся в мертвеца или принявшей облик человека. Так без видимой когезионной связи в конце рассказа после упоминания о гадалках помещены две независимых былички о девушке, вынудившей плясать мертвого жениха, и о пришедших на девичью беседу «кавалерах», у которых изо рта вырывался огонь.

Название «рассказы» подразумевает, что истории, вошедшие в текст, были рассказаны не единовременно: «барышня», являющаяся адресатом текста, фиксировала их по мере накопления. В имплицатуре текста присутствует образ адресата («барышни»), осуществившего первичный отбор историй по принципу «мистические, потусторонние, сверхъестественные случаи» и объединившего их в единый текст «лоскутной» композиции.

Созданный В.Я. Брюсовым вариант литературной стилизации быличек следует отнести к жанру псевдодокументалистики: литературного рассказа, стилизуемого под научное исследование. Жанр псевдодокументальной прозы подробно исследован, например, на материале прозы современного автора Михаила Елизарова [8] и современного кинематографа [1], применительно к В.Я.Брюсову и в целом литературе Серебряного века псевдодокументалистика в настоящем исследовании рассматривается впервые. Жанровые искания В.Я.Брюсова уточняют и модифицируют проблематику трансформации фантастики в модернизме (ср. [4]), в том числе через стилизацию научного полевого исследования.

Список литературы

1. *C. Nigh Television mockumentary. Reflexivity, satire and a call to play. – Manchester: Manchester Univ. Press, 2010. – 320 с.*
2. *Афанасьевский сборник. Материалы и исследования. Вып. VI. Былички и бывальщины Воронежского края / Сост. Т.Ф. Пухова. – Воронеж: ВГУ, 2008. – 384 с.*

3. Брюсов В.Я. *Рассказы Маши, с реки Мологи, под городом Устюжна* // URL: http://az.lib.ru/b/brjusow_w_j/text_1906_rasskazy_mashi.shtml
4. Ламзина А.В., Кихней Л.Г. «Эхо» Эдгара По в «Поэме без героя» и поздних стихах Анны Ахматовой // *Litera*. – 2021. – № 1. – С. 1–14.
5. Левкиевская Е.Е. Быличка как речевой жанр // URL: <https://www.ruthenia.ru/folklore/levkievskaya5.htm>
6. Максимов Д.Е. *Поэтическое творчество Валерия Брюсова* // Брюсов В.Я. *Стихотворения и поэмы*. – Л.: Советский писатель, 1961. – С. 5–66.
7. Шрага Е.А. Быличка и светский разговор как структурная основа прозаической циклизации: «Вечера на хуторе близ Диканьки» в контексте традиции // URL: <https://www.domgogolya.ru/science/researches/1476/>
8. Юрьев Д.Ю. Псевдодокументальное начало в сборнике рассказов Михаила Елизарова «Кубики» // *Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение*. – 2015. – Вып. 4. – С. 123–127.

УДК 82.09

ББК 83

О ФУНКЦИЯХ БАЙРОНОВСКИХ АЛЛЮЗИЙ В «ПОЭМЕ БЕЗ ГЕРОЯ» АННЫ АХМАТОВОЙ

*Л.Г. Кихней, Московский университет имени А.С. Грибоедова,
г. Москва, Россия*

*О.Г. Белоусова, Военный университет Министерства обороны имени
Александра Невского, г. Москва, Россия*

ABOUT THE FUNCTIONS OF BYRON'S ALLUSIONS IN ANNA AKHMATOVA'S "POEM WITHOUT A HERO"

L.G. Kikhney, A.S. Griboyedov Moscow University, Moscow, Russia

*O.G. Belousova, Alexander Nevsky Military University of the Ministry of Defense,
Moscow, Russia*

Аннотация. Статья посвящена анализу рецептивного слоя поэзии Джорджа Байрона в «Поэме без героя» Анны Ахматовой. Выявлены прямые и косвенные аллюзии из поэм Байрона, установлены их жанровые и семантические функции в смысловом пространстве текста ахматовской поэмы. Выдвигается гипотеза, что канон романтической поэмы (равно как и ее жанровые модификации), по мысли Ахматовой, создан именно Байроном. Доказывается,

что английская романтическая поэма выступает как парадигматическая структура, проецирующаяся, с одной стороны, на ряд конкретных произведений Байрона, написанных в этом жанре; а с другой стороны, – на те или иные биографические ситуации, которые могут быть прочитаны через романтический код. В романтическом дискурсе, по Ахматовой, стираются грани между жизнью и искусством. И жанр романтической поэмы, сформированный Байроном и на русской почве утверждённый Пушкиным, реанимирован в «Поэме без Героя» именно потому, что сами жизненные ситуации дали этому основание.

Ключевые слова: Байрон, Пушкин, романтическая поэма, жанровый канон, «текст литературы», «текст жизни».

Abstract. The article is devoted to the analysis of the receptive layer of George Byron's poetry in *The Poem Without a Hero* by Anna Akhmatova. Direct and indirect allusions from Byron's poems are revealed, their genre and semantic functions in the semantic space of the text of Akhmatova's poem are established. The hypothesis is put forward that the canon of the romantic poem (as well as its genre modifications), according to Akhmatova, was created by Byron. It is proved that the English romantic poem acts as a paradigmatic structure, projected, on the one hand, on a number of specific works by Byron written in this genre; and on the other hand, on certain biographical situations that can be read through the romantic code. In romantic discourse, according to Akhmatova, the lines between life and art are erased. And the genre of romantic poem, formed by Byron and approved by Pushkin on Russian soil, is reanimated in the "Poem without a Hero" precisely because the life situations themselves gave this reason.

Keywords: Byron, Pushkin, romantic poem, genre canon, "text of literature", "text of life".

E-mail: lgkihney@yandex.ru

Одной из «точек сборки» интертекстуальных проекций «Поэмы без героя» выступает жанровый «ген» романтической поэмы, возводимой Анной Ахматовой через отсылки к Пушкину, – к английским романтикам и, прежде всего, к Байрону. Байроновские поэмы трактуются Ахматовой как эталонный образец романтических поэм, предтеча пушкинских романтических поэм. Н.Роскина приводит суждение Ахматовой на эту тему: «Про “Дон-Жуана” Байрона: “Прекрасно, но наш “Онегин” как бабочка выпорхнул из него!”» [7, с. 530]. И если Ахматова как автор «Поэмы без героя» наследует Пушкину (о чем говорят многочисленные ссылки в на его поэмы), а Пушкин следовал байроновскому канону при написании своих романтических поэм, то байроновские поэмы оказываются жанровым предком «Поэмы без героя». Свидетельства, подтверждающие эту гипотезу, во множестве разбросаны по тексту «Поэмы без героя», включая ранние ее редакции и авторские примечания к ней. Они также содержатся в «Прозе о поэме», в ахматовских комментариях к тексту и в устных замечаниях поэтессы, сохранных памятью мемуаристов.

Укажем на основные из этих свидетельств.

Во-первых, заголовок «Поэмы без героя» отсылает, как это было впервые отмечено В.М. Жирмунским [3, с. 133] представляет собой аллюзию на первый стих байроновской поэмы «Дон Жуан»: «I want a Hero!» [12, URL].

Во-вторых, в ранних редакциях поэмы, в частности, в *Первой редакции* (1942) Ахматова обращается к «Дон Жуану» Байрона, позаимствовав из этой поэмы двустишие для своего эпиграфа [11, с. 165]: «Дон Жуана»: «In my hot youth, when George the III was King... / Don Juan» [12, URL].

В-третьих, в примечаниях к Четвертой редакции (1946) и к Списку Л.К.Чуковской (1953) Ахматова образ «столетней чаровницы» (ср.: «А столетняя чаровница / Вдруг очнулась и веселиться / Захотела...» [Кралин, 1, с. 340]) поясняет следующим образом: «СТОЛЕТНЯЯ ЧАРОВНИЦА - романтическая поэма, вроде «Беппо» Байрона» [11, с. 660].

В-четвертых, в *Части второй* (имеющей подзаголовок «Решка») Ахматова дает - в контексте метаописательных рассуждений о романтической поэме – косвенную отсылку к трагедии Байрона «Манфред». Ср. «Я... гнала “столетнюю чаровницу” <Л. К., О. Б.> ... В темноту, под Манфредовы ели» [1, с. 340]).

И, наконец, в-пятых, поэтесса открыто упоминает имя Байрона в «Решке», правда в необычной для русского читателя XX века огласовке: «И факел *Георг* держал» <курсив наш – Л.К., О.Б.> [1, с. 340].

Выстраивается любопытная парадигма: все пять отсылок прямо указывают на Байрона, причем четыре из них показывают ориентацию «Поэмы без героя» на байроновские тексты, а одна – на «текст жизни».

При этом все байроновские аллюзии полифункциональны. С одной стороны, они дают разные жанровые вариации романтической поэмы в байроновском изводе (поэма-роман («Дон Жуан»), поэма-трагедия («Манфред»), ироническая поэма («Беппо»).

С другой стороны, все эти поэмы так или иначе корреспондируют с ключевыми темами и мотивами «Поэмы без героя»).

Так, отсылка к байроновской поэме «Беппо» реализуется и на содержательном уровне в реалиях венецианского маскарада, присутствующих в завязке Поэмы. Ср.:

Вы ошиблись: Венеция дождей –

Это рядом... Но маски в прихожей <...>

Вам придется сегодня оставить.

[1, с. 323]

Маскарадная тема, как бы предзаданная байроновской поэмой, притягивает к себе ряд интертекстуальных параллелей, связанных с карнавалом и вызывающих стойкие или мимолетные ассоциации при чтении поэмы. При этом все маскарадные тексты тематически вписываются в карнавальный комплекс, поскольку построены по одному семиотическому принципу – будь то комедии дель арте, лермонтовский «Маскарад», или стихотворения начала XX века, посвященные маскараду.

Отсылка к «Дон Жуану» Байрона еще более значима. Она реализуется через сквозной мотив донжуанизма, пронизывающий содержательную структуру поэмы и реализующийся в образах-двойниках, восходящим к этому литературно-мифологическому архетипу.

Эпиграф из байроновского «Дон Жуана», а также заглавие поэмы, отсылающее к началу поэмы становятся тем интертекстуальным порталом, который позволяет автору ввести в текст поэмы целый комплекс цитат, реминисценций и аллюзий, связанных с концептом Дон Жуана и с мотивами любовной страсти, измены и возмездия. Именно эти мотивы разворачиваются в лироэпическом сюжете *Части первой* поэмы, индексированные эпиграфическими или реминисцентными отсылками к либретто Л. Да Понте к опере Моцарта «Дон Жуан», стихотворению А. Блока «Шаги Командора», а также указанием на одну из масок «венецианского» карнавала, по ошибке забредших в дом лирической героини (ср.: «...Этот Фаустом, тот *Дон Жуаном*, / Дапертутто, Иоканааном...» [1, с. 323]) <курсив наш – Л. К., О. Б.>.

«Манфредовский» слой также присутствует в поэме на уровне рецепций философских идей (свободы, судьбы), комплексов взаимосвязанных мотивов

(ожидания/призывания смерти, границ дозволенного / недозволенного), специфической образности (призраков, двойников, нечистой силы).

Однако этими достаточно открытыми отсылками к Байрону, устанавливающими жанровую генеалогию «Поэмы без героя» и влекущими за собой целый ряд интертекстуальных ассоциаций мировой культуры, реализованных в семантическом поле «Поэмы без героя», диалог Ахматовой с Байроном не исчерпывается.

В поэме обнаруживаются еще две неявные отсылки к Байрону, играющие, на наш взгляд, роль потаенных ключей к смыслу поэмы.

Обе отсылки даны через посредничество Пушкина.

Первая отсылка - эпитафия: «Иных уж нет, а те далече. *Пушкин*» [1, с. 319]. Он стоит перед прозаической преамбулой «Вместо предисловия», то есть открывает «Поэму без героя». Он расширяет и одновременно шифрует смысл предисловия, обозначая потаенные мотивы Поэмы (ее реквиемное «эхо»).

Но его семантическая функция заключается не только в этом: эпитафия задает алгоритм «зеркального письма», нужный автору для выстраивания интертекстуального генезиса своей поэмы. Обратим внимание: автор дает отсылку к пушкинской цитате, которая, в контексте 51 строфы VIII главы «Евгения Онегина» отсылает к цитате Саади: «Но те, которым в дружной встрече / Я строфы первые читал... / Иных уж нет, а те далече, / Как Сади некогда сказал» [5, с. 417]. Но Саади (Сади) в то время еще не был переведен на русский язык, а воспринимался Пушкиным в контексте романтической поэмы Байрона («Осада Коринфа») [6, URL]. Таким образом, эпитафия становилась шифром, ключ к которому находился в тексте-источнике (поэме Пушкина «Евгений Онегин»), который в свою очередь отсылал к другому источнику - к Саади, освоенном в романтических поэмах Байрона с «восточным» колоритом. «Восточные» поэмы Байрона Ахматова, профессионально изучавшая истоки творчества Пушкина, несомненно, учитывала при выстраивании жанрового генезиса поэмы. Но здесь отсылка, разумеется, и к «восточной» поэме самого Пушкина – к «Бахчисарайскому фонтану», где впервые возникло имя Саади как автора упомянутой цитаты.

Принцип использования жанровых отсылок в двойной функции (как смыслового кода и как способа расширения рецептивного поля) Ахматова обнажает в одном из «Примечаний редактора» – также с косвенным упоминанием Байрона.

Комментируя прием пропуска строф, она в ряде редакций, в том числе и в последней, 9-й (1963), поясняет: «Пропущенные строфы – подражание Пушкину. См. “Об Евгении Онегине”: “Смиренно сознаюсь также, что в Дон Жуане есть две пропущенные строфы”, - писал Пушкин» [1, с. 345].

Что же получается? Ахматова кивает на Пушкина, объясняя свой прием пропуска строф, а Пушкин кивает на Байрона. Байрон же в письме к Меррею (от 31 августа 1821 г.) упрекал последнего: «На каком основании вы пропустили одну из заключительных строф, которые я послал дополнительно? <...> Прошу восстановить все пропуски (кроме строфы о Семирамиде) - в особенности строфу о браке в "Турции"» [2, с. 369].

Изъятие байроновских строф в «Дон Жуане» носило цензурный характер. То же самое можно сказать о пропущенных строфах у Пушкина, которые он не мог опубликовать в силу их крамольности.

Получается, что Ахматова «подражает» пушкинской «тайнописи» и его «игре» с читателем. Ссылка на Пушкина предполагает осведомленность читателя о цензурных причинах пропуска строф в «Евгении Онегине», что заставляет предположить, что и в «Поэме без Героя» на месте пропусков должны быть «крамольные», «потаенные» строфы.

Но почему Ахматова не ограничивается отсылкой к минус-приему Пушкина, но еще и приводит вышеозначенную цитату из его статьи «Опровержение на критики и замечания на собственные сочинения» (1830) – со ссылкой на Байрона? Эта рецептивная цепочка заставляет предположить, что пушкинская и (опосредованно) ахматовская ссылки на Байрона явно играют в текстах обоих авторов (и Пушкина, и Ахматовой) *камуфляжную* роль, поскольку пропуск строф и в «Евгении Онегине», и в «Поэме без Героя», в отличие от Байрона, выполнял функцию самоизъятия *крамольного* текста. При этом Ахматова, ссылаясь на Пушкина (который ссылается на Байрона), в Поэме еще

и *обнажала* прием умолчания, тайнописи. При восстановлении полного текста «Поэмы без героя» едва ли не через полвека после ее создания на месте пропусков, обозначенных точками появились «крамольные» строфы, реквиемное эхо поэмы.

Нетрудно заметить, что эта интертекстуальная «цепь», когда авторский текст отсылает к другому тексту (в нашем случае, к пушкинскому), который, в свою очередь, отсылает к третьему тексту, и есть то самое «зеркальное письмо», о котором Ахматова пишет в «Решке» как о своем открытии.

Но последняя из указанных рецепций Байрона представляет собой проекцию не на литературный текст, а на жизненный, отсылая к трагической ситуации похорон Шелли, при которых присутствовал Байрон. Поэтому и отсылки к Шелли стоят в том же ряду апелляции Поэмы не только к искусству, но и к жизненным коллизиям.

С одной стороны, Шелли для Ахматовой важен как автор романтических поэм (одну из которых, а именно поэму-трагедию «Ченчи», она собиралась переводить в 1936 году). Кроме того, Ахматову заинтересовал его философский этюд «Защита поэзии», реминисцентно отраженный в первой главе Поэмы – в контексте рассуждений о «поэте вообще» [см.: 8; 4]. Эти реминисценции показывают, что Ахматова хорошо знала этот трактат. В нем Шелли дал «метасодержательное» определение жанра поэмы, которое должно было бы импонировать Ахматовой. Поэма, в интерпретации Шелли, – «это картина жизни, изображающая то, что есть в ней вечно истинного. Отличие повести от поэмы состоит в том, что повесть является перечнем отдельных фактов, связанных только отношениями времени, места, обстоятельств, причины и следствия; в поэме же действие подчинено неизменным началам человеческой природы, как они существуют в сознании их творца, отражающем все другие сознания. Первая представляет собою нечто частное, относящееся лишь к определенному времени и к известным сочетаниям событий, которые могут никогда более не повториться; вторая есть нечто всеобщее, заключающее в себе зачатки родства с любыми мотивами или действиями, возможными для человеческой природы» [10, URL].

С другой стороны, упоминание в контексте рассуждений об истоках «Поэмы без Героя» о трагической гибели Шелли и его кремации на берегу моря отсылает не к литературным традициям поэмы, но к «тексту жизни» повтор, в котором оказываются объединенными оба законодателя жанра английской романтической поэмы:

...на берег, где мертвый Шелли,
Прямо в небо глядя, лежал, -
И все жаворонки всего мира
Разрывали бездну эфира,
И факел Георг держал.

[1, с. 340]

И Ахматовой нужна отсылка к биографической ситуации потому, что одна из центральных коллизий Поэмы – гибель Поэта. Таким образом, гибель Шелли и соприсутствия на его погребении Байрона служит как бы прелюдией к трагическим смертям поэтов XX века и проецируется на их трагические биографии и на роль самой Ахматовой как плакальщицы по погибшим.

Так, одним из адресатов «Посвящения» и прототипом центрального героя Поэмы стал поэт Всеволод Князев, погибший в 1913 г. Крайне примечательно, что ситуация гибели поэта в «Поэме без Героя» преломляется сквозь жанровую призму. Упомянув имя Князева в *Посвящении*, Ахматова, безусловно, знала, что он является и одним из прототипов героя поэмы М. Кузмина «Форель разбивает лед». В кузминской поэме наряду с мотивом гибели Князева соседствует упоминание о смерти художника Николая Сапунова, детали которой напоминают смерть Шелли. В конечном счете, эти скрытые отсылки, перекликающиеся с темой Шелли, «вытягивают» реминисцентный слой Кузмина, подробно рассмотренный литературоведами [9]. И поскольку Ахматова прибегает к строфике поэмы Кузмина, есть основания считать поэму «Форель разбивает лед» одним из экспрессионистических продолжений традиции романтической поэмы.

Тема похорон Шелли также становится шифром и гибели Мандельштама (второму адресату «Посвящения»), которая означена в заголовочной дате – 27

декабря 1940 года – второй годовщине гибели поэта. В «Посвящении» обнаруживаются те же семантические знаки – *глаза / взгляд, море, дым, хвоя, похороны*, что и в XXIII строфе, и отсылают они к поэтике Мандельштама периода Чердынской и Воронежской ссылки. Ср., например, образную ткань таких стихотворений, как «Не мучнистой бабочкою белой...», «Лишив меня морей, разбега и разлёта...», «День стоял о пяти головах...». Складывается впечатление, что опорные образы этих стихотворений (глаза, море, хвоя, похороны), Ахматова имплицитно включает и в «Посвящение», и в XXIII строфу.

Но ситуация похорон Шелли трактуется не только в аспекте жизненных реалий, но также и в автотекстуальном плане. Так, любопытной представляется переключка эпизода погребения Байроном Шелли с кульминационной коллизией ранней поэмы Ахматовой «У самого моря», герой которой, царевич, как и Шелли, утонул во время плавания на яхте. Утонувший царевич (так же, как и Шелли в «Поэме без героя») смотрел в небо (ср.: «Тихо лежал и глядел на небо»). Примечательно также, что погребение Шелли и смерть царевича сопровождается «птичьими» мотивами (ср. в поэме «У самого моря»: «Ласточка, ласточка, как мне больно!»).

Эти литературно-биографические переключки включают раннюю поэму Ахматовой в источники «Поэмы без героя». Отсюда следует, что Ахматова актуализирует в «Триптихе» не только традицию английских романтических поэм (как принято считать), но и отсылает читателей к собственному раннему опыту *романтической поэмы*.

В итоге романтическая поэма выступает как парадигматическая структура, проецирующаяся, с одной стороны, на ряд конкретных произведений Байрона, написанных в этом жанре; а с другой стороны, - на те или иные биографические ситуации, которые могут быть прочитаны через романтический код. В романтическом дискурсе, по Ахматовой, стираются грани между жизнью и искусством. И жанр романтической поэмы реанимирован в «Поэме без Героя» именно потому, что сами жизненные ситуации дали этому основание. Вот почему смерть Шелли и сопричастия при его погребении Байрона

«прорастает» в текст Поэмы и становится «аккумулятором» аналогичных ситуаций, как литературных, так и реально-жизненных.

В свете перекрестных переключек биографических коллизий и аллюзий на тексты байроновских (а вслед за ними и пушкинских) поэм высвечивается литературная родословная «Поэмы без героя». Смыслопорождающие жанровые модели, «валентности» которых были реализованы Ахматовой, аккумулируют не только «текст литературы», но прежде всего «текст жизни». Жанровые шаблоны служат лишь для кристаллизации жизненных коллизий.

Романтическая поэма, канон которой, по глубокому убеждению Ахматовой, разработал Байрон, оказывается некоей культурной универсалией, в рамках которой происходит осмысление трагических аспектов бытия и сознания. Архетип романтической поэмы, по Ахматовой, типологически обобщает роковые коллизии судьбы поэта.

Список литературы

1. Ахматова А. Сочинения: В 2 т. – М.: Правда, 1990. – Т. 1. – 448 с.
2. Байрон Дж. Г. Дон Жуан // Байрон Дж. Г. Собр. соч.: В 4 т. – Т.1. – М.: Правда, 1981.
3. Жирмунский В.М. Байрон и Пушкин. – Л.: Наука, 1978.
4. Михайлова Г. «Миф о поэте» Анны Ахматовой в западноевропейском литературном контексте: интертекстуальный анализ // *Respectus Philologicus*. – 2003. – № 3(8). Режим доступа: <http://filologija.vukhf.lt/3-8/mixajlova.htm>.
5. Пушкин А.С. Сочинения. – М.: Олма-Пресс, 2002.
6. Раков В.Д. Саади // Электронные публикации Института русской литературы (Пушкинского Дома) РАН. Режим доступа: <http://pushkinskiydom.ru/Default>.
7. Роскина Н. «Как будто прощаюсь снова...» // Воспоминания об Анне Ахматовой. – М.: Советский писатель, 1991.
8. Рубинчик О.Е. Шелли и Байрон в «Поэме без героя»: изобразительный подтекст // Анна Ахматова: эпоха, судьба, творчество.

Крымский Ахматовский научный сборник. – Вып. 6. – Симферополь: Крымский архив, 2008. – С. 158–191.

9. Тименчик Р.Д., Топоров В.Н., Цивьян Т.В. Ахматова и Кузмин // *Russian Literature*. – 1978. – Вып. VI-3. – P. 213–305.

10. Шелли Б.П. Избранные произведения. Стихотворения. Поэмы. Драммы. Философские этюды. М., «Рипол Классик», 1998. Режим доступа: http://lib.ru/POEZIQ/SHELLY/shelley1_10.txt.

11. «Я не такой тебя когда-то знала...»: Анна Ахматова. Поэма без Героя. Проза о Поэме. Наброски балетного либретто: материалы к творческой истории / Под ред. Н.И. Крайневой, О.Д. Филатовой. – СПб.: «Мирь», 2009. – 1487 с.

12. Byron G.G. *Don Juan* // Электронный ресурс [режим доступа]: <https://liteka.ru/english/library/55-don-juan>

УДК 82.09
ББК 83

ИНФЕРНАЛЬНЫЕ ОБРАЗЫ У ГУМИЛЁВА: ГЕТЕВСКИЕ ПОДТЕКСТЫ

С.А. Корниенко, НИТУ “МИСиС”, Москва, Россия

GUMILEV'S INFERNAL IMAGES: GOETHE'S SUBTEXTS

S.A. Kornienko, NUST “MISiS”, Moscow, Russia

Аннотация. Статья посвящена влиянию образов, использованных И.В.Гёте, на гносеологические аспекты творчества Н.С. Гумилёва. Дается сравнение используемых образов, имеющих непосредственное отношение к различным аспектам познания окружающего мира, в художественных произведениях немецкого и русского авторов. Также анализируются факты биографии поэтов, и делаются выводы об их влиянии на литературное творчество.

Ключевые слова: И.В. Гёте, Н.С. Гумилёв, познание, Фауст.

Abstract. The article is devoted to the influence of the images used by J.W. Goethe on the epistemological aspects of N.S. Gumilyov works. Comparisons of the images, which are directly related to various aspects of the understanding of the surrounding world, in the works of art of German and Russian authors are made. The facts of the biography of both poets are also analyzed, and conclusions about their influence on literary creativity are drawn.

Key words: J.W. Goethe, N.S. Gumilev, cognition, Faust.

E-mail: sergeykornienko@mail.ru

One of the central themes in the works of N.S. Gumilev is the topic of cognition. But there is an approach that distinguishes him from his contemporaries and makes him

related to the views of J.W. Goethe, expressed in “Faust”, and this idea is that a main character has to pay with his own life for the knowledge he gained.

In the works of one of the first scientists who studied N.S. Gumilev, N.A. Otsup, who was an emigrant of the first wave, we find an interesting conclusion: “One can point to a spiritual relationship that brings Gumilev closer to the great Goethe” [9, p. 63]. According to the researcher, a sharp mind is among the common features of both poets. It helps N.S. Gumilev to deeply analyze any topic related to art. Another feature that makes N.S. Gumilev similar to J.W. Goethe, is an unquenchable thirst for knowledge, the same feature, by the way, was the characteristic of J.W. Goethe’s Faust.

According to N.A. Otsup, in this thirst for knowledge, the Russian poet went further than the symbolists, for example, Vyach. Ivanov wrote: “he did not philosophize about Faust’s experiments: he himself experienced them” [9, p. 63]. The following integral features are: “strict aesthetic intelligibility, determination to definitely say “yes” or “no”, wise spiritual balance arising from the fullness of the inner life” [9, p. 63]. Both poets tried to look deep into the ongoing phenomena, including poetic ones, to understand their nature.

One more similarity between the two authors can be noticed - their passion for the occult. Dictionary definition of occultism is: “a set of views, beliefs and knowledge on the subject of the mysterious forces of nature and man, either completely ignored by modern official science and philosophy, or little studied by it, as well as some actions and techniques arising from this knowledge” [12, p. 325–333]. All the time humanity faces the unknown, faces something that cannot be explained. Often such phenomena do not fit into the scientific picture of the world, therefore they are on the periphery of research attention, while the craving for them from the side of consciousness is sometimes irresistible.

At the beginning of 19th century there was not yet a strictly formed scientific methodology, the line between science and the occult was blurred. J.W. Goethe himself used both occult and scientific knowledge. For example, astrology was very important to him: he begins his biography “Poetry and Truth” by describing the location of celestial bodies on the day of his birth, believing that they determined his entire future

life [3]. In his youth, the German author was quite an impressionable person. He sought knowledge in all areas available to him at that time. Back then, alchemy was very popular, so it also attracted the attention of young J.W. Goethe. In the attic of his parents' house, he set up his own laboratory, where he spent a lot of time doing alchemical and occult experiments [8].

Also N.S. Gumilev in his youth tried to achieve secret occult knowledge using a variety of methods. The letter of Z.N. Gippius to V.Y. Bryusov is widely known, it describes the impressions of the poetess from the visit of N.S. Gumilev to her house: "Twenty years old, pale-purulent appearance, old maxims, like a widow's hat going to Dragomilovskoye. He is addicted to the ether (he is aware of it) and says that he alone can change the world: "Before me, there were attempts... Buddha, Christ... But unsuccessful" [4, p. 223].

Thus, N.S. Gumilev, like J.W. Goethe, in his youth sought to comprehend secret knowledge. Occult experiments and experiments with narcotic substances had a great influence on the work of the Russian poet, and the desire to search for secret knowledge was reflected in his trips to Africa and the East. Passion for esoteric literature, the works of E.P. Blavatskaya, along with the novels of H.R. Haggard [2], has grown into a desire to discover new little-studied places and ancient civilizations.

Alchemical and occult experiments by J.W. Goethe found their place in the tragedy "Faust". At the time of N.S. Gumilev, the German author was considered an unquestioning authority in the field of literary occultism. "Faust", obviously, was the reference book of the Russian poet during the period of rapid enthusiasm for the occult. The protagonist of this work gives his soul to the devil in exchange for knowledge, at the end of the book he tries to use this knowledge in order to improve people's lives. One of the main motives of "Faust" is precisely the Christian idea that salvation can be achieved by anyone who repents before death, even if he has committed such terrible, by Christian standards, sins as making an agreement with the devil, murder, etc. The image of Faust, striving even through connection with the evil spirit to grant salvation to mankind, clearly correlates with the image of N.S. Gumilev, drawn by Z.N. Gippius.

As we have already written, in the works of N.S. Gumilev a character pays with his own life for the knowledge he gains. For the bearer of special knowledge for the Russian poet is the devil himself. Moreover, there is no opposition between God and the lord of the underworld. They are carriers of two equal truths competing with each other. The devil in the poetry of N.S. Gumilev is only a bearer of secret knowledge, and it is to him does turn a person who wants to penetrate these secrets.

In this context, the poem “The Clever Devil” seems to be the key one. It was written as a response to a similar work by F.K. Sologub. But in it, in the framework of the polemic with the symbolists, N.S. Gumilev expressed his inherent views: the lyrical hero addresses the devil, who acts here as the bearer of knowledge, as a friend, and not as a higher inaccessible entity [10, p. 186]. Moreover, the sailor, like the scientist Faust, knows that the devil wants to take possession of his soul, but nevertheless he strictly observes the agreements.

When Faust asked Mephistopheles who he was, the demon replied with a well-known phrase:

Faust.

Nun gut wer bist du denn?

Mephistopheles.

Ein Theil von jener Kraft,

Die stets das Böse will und stets das Gute schafft [13].

It can be understood in different ways. Here is one of the interpretations: demons test people by sending them various difficulties, and the God and the devil watch a person’s behavior: if the person overcomes temptations, then they save the immortal soul. Thus, the devil helps those who are ready to fight, tempers their spirit, and therefore does good.

For N.S. Gumilev, this phrase could have had another meaning. It can serve as a starting point for creating the image of the “Devil-God” [10, p. 193]. It represents a certain supreme essence in which two principles merge: divine creation and devilish knowledge.

In the works of N.S. Gumilev, two ontological principles do not fight with each other, while they qualitatively complement each other. From here arises this “Devil-God” – the creator of new worlds. This image of a simultaneously creative and destructive beginning is most clearly explicated in the poem “Star Horror”. Its plot is relatively simple: people lead a traditional way of life, do not strive for new knowledge, but one day the situation changes: someone looked at the sky and saw stars there. This instills horror in the older generation, but young people calmly perceive the new reality created by the star creator - the “Devil-God” [6, p. 107].

It is interesting to compare the poem “Star Horror”, written in 1920, and one of the early poems by N.S. Gumilev “Credo”, created in 1903.

On the one hand, we notice the different psychological mood of the works, in the earlier autobiographical manifesto, the lyrical hero looks at the world with inspiration, but on the other hand, we already see the beginnings of creation, in which the above-mentioned image of the “Devil-God” is manifested. The protagonist does not seem to be looking for knowledge - he already has it. Everything in this world is open to him [5, p. 38].

As we indicated above, the star (as a fiery object) in N.S. Gumilev’s works is the abode of the devil. It is also important that the character has the “red magic of fire”: red color and fire are historically attributes of the devil. Thus, even in the early work, the poet shows the features of this synthetic image, which is associated with the key cultural attributes of Satan, including: the possession of knowledge, life among the stars (in fire), the presence of red color and, finally, special abilities that are inaccessible to others.

In order to understand the attitude of J.W. Goethe to the analyzed problem, let’s turn to the analysis of “Faust”. The second part of the tragedy was created many years after the completing of the first part, when the German poet was already a mature person who had experienced a creative crisis and personal hardships, and then achieved significant success in various fields of science and culture. Let us turn to the image of the homunculus that appeared in the second part, it allows us to understand the attitude of J.W. Goethe to the problem of the creation of life, which was also important for

N.S. Gumilev. A homunculus is an artificially created living organism, according to J.W. Goethe, he wanted to create a character endowed with pure intellect and a complete lack of experience [11, p. 336]. Thus, the homunculus personifies, among other things, a pure craving for experience. By the way, in many treatises the philosopher's stone is not just an object, but an artificially created living being [1].

Faust's apprentice, Wagner, creates a homunculus in his laboratory. The main element in its creation is the element of fire. During the creature's creation, Mephistopheles enters the lab. At the same time, the use of the element of fire hints at the infernal nature of the homunculus. It is also known that in the creation of the homunculus, the scientist used mercury and sulfur, elements traditionally associated with hell. The homunculus is extremely perceptive in nature, he sees the desires of Faust and Mephistopheles. The goal of the homunculus is to understand the world around him, but he has been in a glass vial all his life. In the end, he gives in to persuasion, breaks his vial and plunges into the ocean. Although he dies, his body dissolves in the ocean, giving life to many other creatures. Thus, J.W. Goethe shows the cycle of life, when the death of one becomes the key to the birth of another. The author says that although the homunculus is the creator of life, the devilish principle is still present in him, as in every living creature, a thought consonant with the views of N.S. Gumilev. The German poet deprives the homunculus of bodily essence and a stable state, forcing him to constantly search for balance. In fact, these techniques serve to depict a passionate being striving for the heights of knowledge [7]. The similar features has the image of N.S. Gumilev's "Devil-God".

In conclusion, we can state that both poets, in their thirst for understanding the world, sought to go beyond traditional sources and draw knowledge from esoteric spheres as well. In their youth, both authors made alchemical experiments, wanting to learn more about the world, and they carried their fascination with the occult through their lives. Thus, for N.S. Gumilev J.W. Goethe was a landmark author whose influence can be traced in a number of works. At the same time, not only single images and motifs, but also plot matrices can be found borrowed by the Russian poet.

Список литературы

1. Аствацатуров А. «Фауст» Гёте: Образы и идея // <http://lit-prosv.niv.ru/lit-prosv/articles-ger/astvacaturov-faust-gete.htm>
2. Богомолов Н.А. Русская литература начала XX века и оккультизм // <http://sobolev.franklang.ru/index.php/nachalo-xx-veka/231-n-bogomolov-gumilev-i-okkultizm>
3. Гёте И.В. Собрание сочинений: В 10 т. – Т. 3. Из моей жизни. Поэзия и правда. – М.: Художественная литература. М., 1975.
4. Гиппиус З.Н. Собрание сочинений. Т. 14. Я и услышу, и пойму: Избранная переписка 1891-1945 гг. Венок посвящений / Сост., коммент., ук. имен А.Н. Николюкина и Т.Ф. Прокопова; Институт научной информации по общественным наукам РАН. – М.: Дмитрий Сечин, 2013.
5. Гумилев Н.С. Полное собрание сочинений: В 10 т. – Т. 1. Стихотворения. Поэмы (1902–1910). – М.: Воскресенье, 1998.
6. Гумилев Н.С. Полное собрание сочинений: В 10 т. – Т. 4. Стихотворения. Поэмы (1918–1921). – М.: Воскресенье, 2001.
7. Дёринг С. Чудовища из незримого – Гомункулус в “Фаусте“ Гёте Пер. с нем. В. Гильманова // Балтийский филологический курьер. Электронный ресурс: https://journals.kantiana.ru/upload/iblock/3ac/Дёринг_120-131.pdf
8. Лэчмен Г. Темная муза. – М.: АСТ, 2008 // https://www.e-reading.club/chapter.php/1045187/17/Lechmen_-_Темная_muza.html
9. Оцун Н. Николай Гумилев. Жизнь и творчество / Пер. с франц. Л.Аллена при участии С. Носова. – СПб.: Logos, 1995.
10. Слободнюк С.Л. Идущие путями зла (древний гностицизм и русская литература 1890 – 1930 гг.). – СПб.: Алетейя, 1998.
11. Эккерман И.П. Разговоры с Гете в последние годы его жизни. – М., 1981.
12. Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона. Т. II. Кошбух – Прусик. – СПб., 1906.

УДК 82.09

ББК 83

РЕЦЕПЦИЯ АНТИЧНОСТИ У ГЁТЕ И МАНДЕЛЬШТАМА: ТОЧКИ ПЕРЕСЕЧЕНИЯ

С.А. Корниенко, НИТУ “МИСиС”, Москва, Россия

MANDELSTAM AND GOETHE’S RECEPTION OF CLASSICAL ANTIQUITY: INTERSECTION POINTS

S.A. Kornienko, NUST “MISiS”, Moscow, Russia

Аннотация. Статья посвящена влиянию литературно-философского восприятия античной культуры в работах И.В. Гёте на творчество О.Э. Мандельштама. Дается сравнение используемых образов, имеющих отношение к античности, в художественных произведениях немецкого и русского авторов. Также анализируются факты биографии поэтов, и делаются выводы об их влиянии на литературное творчество.

Ключевые слова: И.В. Гёте, О.Э. Мандельштам, античность, Фауст.

Abstract. The article is devoted to the influence of the literary and philosophical reception of Classical antiquity in the works of J.W. Goethe on the works of O.E. Mandelstam. Comparisons of the images related to antiquity used by the both authors is given. The facts of the biographies of the poets are also analyzed, and conclusions about their influence on their literary work are drawn.

Key words: J.W. Goethe, O.E. Mandelstam, Classical antiquity, Faust.

E-mail: sergeykornienko@mail.ru

Classical antiquity is one of the pillars on which European (and Russian, as a part of European) culture is based. Throughout the Middle Ages, the Renaissance, modern times, and even at present, the reception of antiquity is not something stable, the attitude towards the culture of ancient Rome and Greece is constantly changing. These changes, which had accumulated by the 18th century, can be clearly seen in “Faust”. By that time, ancient culture had ceased to be a model for blind imitation - it had become the starting point for new daring, a source of inspiration, and an active mover of culture. This worldview shift can be traced in “Faust”. In the first part, the action takes place in the “dark medieval times” of the 16th century. In the second part, the author takes us to the time of Antiquity, he uses fragments of the past in order to create the illusion of the future. The theme of returning to Antiquity as to the primary source

is also a characteristic of O.E. Mandelstam. The Russian poet creates poems that are included in his second collection “Tristia”, largely on the basis of the Classical antiquity material. For example, it appears to be a direct reference to the work of the Roman poet Ovid, whose “Sorrows” had a great influence on several generations of Russian poets: from A.S. Pushkin to O.E. Mandelstam. It is known that Ovid wrote these elegies under the impression of parting with his native city. The familiar world collapsed when the emperor Octavian Augustus expelled the poet from Rome, from the familiar world with an arranged life to remote Tomis (now Constanța), located on the territory of modern Romania. The themes of a collapsed world, a radical change are the leitmotifs that unites the works of O.E. Mandelstam and Ovid.

Antiquity for both O.E. Mandelstam and J.W. Goethe was a source of inspiration for the most part of their life. In the article “On the nature of the word” O.E. Mandelstam sets out his creative credo, which is consonant with the views of the German classic: “Hellenism is the conscious environment of a person with utensils instead of indifferent objects, the transformation of these objects into utensils, the humanization of the surrounding world, warming it with the subtlest teleological warmth. Hellenism is any stove near which a person sits and appreciates its warmth, as akin to his inner warmth. Finally, Hellenism is the burial boat of the Egyptian dead, in which everything necessary for the continuation of a person's earthly journey is placed, up to an aromatic jug, a mirror and a comb. Hellenism is a system in the Bergsonian sense of the word, which a person deploys around himself, like a plethora of phenomena, freed from temporal dependence, subordinated to an internal connection through the human “I” [3, p. 76].

We can see that the Classic antiquity was close to O.E. Mandelstam because of a systematic view of the nature of things. He, who lived in the turbulent era of wars and revolutions of the early 20th century, was lacking this orderliness in public life that the Classic antiquity provides. The poet felt the kinship of Russian culture with ancient Greek, which, among other things, was transmitted to us through the language – by the means of the word. He felt the energy of the ancient Greek language, which has been

preserved, having gone through centuries of transformation and becoming the basis for Bulgarian, and then Russian writing.

There is also a fact that shows close ties between O.E. Mandelstam and J.W. Goethe. They both tried to touch the deep essence of Antiquity, assimilate its experience and creatively process it, this is noted by V.I. Terras: “Nevertheless, Mandelstam, a modernist poet, can rightly be called a Hellenist. He deserved this title by being able, descending into the stream of time, to extract from there (I use the metaphor of Stefan George) genuine fragments of the ancient world, images of Hellas and Rome, which, according to Bergson, are a miracle of historical intuitionism. Mandelstam managed to do this thanks to the power of his imagination (and, of course, erudition), although not without the help of a very strong classical tradition in Russian poetry” [6, p. 15].

In his youth, O.E. Mandelstam only episodically had classes at the university, and this is O.E. Mandelstam in a nutshell: throughout his life, any monotonous activity that required daily stress was enormously difficult to him. And yet he did a lot in order to comprehend the wisdom of the ancient dialects, in particular the ancient Greek language: “He used to come to the lessons with a monstrous delay, completely shocked by the secrets of Greek grammar revealed to him. He waved his arms, ran around the room and recited declensions and conjugations in a singsong voice. Reading Homer turned into a fabulous event; adverbs, enclitics, pronouns haunted him in his sleep, and he entered into enigmatic personal relations with them“ [4, p. 8].

Despite the reputation of an honored scientist, J.W. Goethe too had moments when he was completely immersed in the study of some phenomenon or subject, but could not achieve any significant progress in this. As for O.E. Mandelstam, for J.W. Goethe, such a subject was the ancient Greek language, which the German classic never mastered. The two authors are related by the fact that at the same time they felt the classical works quite deeply, without being able to comprehend them in the language they were written. So, Goethe's translation of Homer turned out to be rather a dry retelling of the original text, in spite of all his poetic talent [7, p. 82].

It is important to note that from all the variety of ancient motifs, characters and plots, J.W. Goethe and O.E. Mandelstam chose similar mythologems. One of these mythological images is Proserpina. According to the legend, she was the daughter of the goddess Ceres, who was kidnapped by the king of the underworld, Pluto. And since then, Proserpina spends half the year in the realm of Pluto, and the remaining half on Earth. She personified the change of seasons and nature, which blooms in the warm season and falls asleep in the cold. In one of the central poems of his first collection "Stone" O.E. Mandelstam chooses Proserpina as the patron goddess of St. Petersburg.

Apparently, St. Petersburg at that time was seen by O.E. Mandelstam as a gloomy city - partially immersed in the realm of Pluto. And the main idea here is not only the geographical position of the city on the Neva river, which latitude implies lack of sunlight, but the idea also reflects those revolutionary storms that raged here at the beginning of the 20th century. It was here that the key events of Russian modernism happened – the flourishing of the arts often falls on critical historical epochs. In the article "Word and Culture", the poet draws attention to seemingly incompatible phenomena: general devastation, hunger, death, and at the same time the rapid development of Russian culture [2, p. 146]. O.E. Mandelstam writes: "Now there is a phenomenon of glossolalia. In sacred frenzy, poets speak the languages of all times, all cultures. <...> As the room of a dying person is open to everyone who wants to meet him, as the door of the old world is wide open before the crowd. All of a sudden, everything appeared to be in the public domain. Go ahead and take it. Everything is accessible: all labyrinths, all hiding places, all reserved passages..." [3, p. 54].

This seems to be a paradox: the merger of prosperity and death is one of the central psychological lines of O.E. Mandelstam "Tristia". The poet comes to the conclusion that a new world must be born out of chaos, and the surrounding reality becomes for him that "seething cauldron in which human life and primordial chaos are mixed." O.E. Mandelstam perceives modern culture as a kind of an embryo "revived immediately by the breath of all ages" and "at the dawn of some new life" [3, p. 54]. In his understanding, true culture is always in its borderline state, in which life and death merge into one.

J.W. Goethe was in a similar historical situation, when the culture was undergoing significant changes. During his life, the self-awareness of German culture was growing, its main traditions and development vectors were being determined. Thanks to J.W. Goethe's efforts, the culture acquired its national identity, taking a significant place among the world cultures. At the same time, the culture was still experiencing turbulence, being strongly influenced from abroad, which included the rethinking of the legacy of ancient authors. Hence the similar desire of the two poets: to return to the origins of the European culture. For J.W. Goethe Proserpina was also one of the key images - a kind of cultural key to Antiquity. In a dramatic work named after her, J.W. Goethe tried to bring his knowledge of the essence of ancient culture into the 18th century. The image of Proserpina shows the desire of J.W. Goethe to combine the southern (Greek) and northern (Germanic) cultures. The author though was rather skeptical about these attempts, he believed that the rapidly blooming southern nature, formed under the hot sun, would not be able to bear fruit on the poor northern soil [7, p. 98]. Just like Proserpine, who, having seen and tasted the seeds of the pomegranate, personifying solar Greece, did not manage to completely get rid of the need to stay half a year in the kingdom of Pluto, so German culture was unable to completely rebuild itself under the influence of the works of ancient Greek authors.

Proserpine also expresses another motive, the concept which was studied by J.W. Goethe throughout his life - striving for unattainable poetic perfection. The study of the ancient heritage gave the German classic a lot in terms of improving his own poetic skills. The same can be said about O.E. Mandelstam. After returning from Italy, where the poet could touch the living heritage of Antiquity, J.W. Goethe writes the novel "Wilhelm Meister's Apprenticeship". Here the image of Proserpina was transformed into the character of Mignon, who symbolized longing for a distant lost homeland. Mignon is also a significant mythological image for the Russian poet: this image appears during the period of O.E. Mandelstam's affection for Olga Vaksel. An important difference between Proserpina and Mignon is that the former is doomed to constantly return to the Underworld. Mignon also has hope for deliverance. Over time, the position of J.W. Goethe evolves: after traveling through Italy, he begins to

understand that the differences between southern and northern cultures are not so great and insurmountable. This idea formed the basis of his concept of the unity of world literature.

The image of Proserpina, which both authors addressed in their work, harmoniously corresponds with the image of the “black” sun used by O.E. Mandelstam in the poems of the second collection. “Black” or “night” sun, according to V.V. Ivanov, is characteristic of the afterlife in ancient myths [1, p. 462]. In the poem that opens the collection “Tristia”, the “black” sun is linked to the lyrical heroine Phaedra. It is believed that she, like the granddaughter of Helios, is the bearer of the solar principle, but her solar nature is obscured by sensual chaos [2, p. 146]. It is also believed that in the image of Phaedra O.E. Mandelstam used the features of Proserpina, in which both the bright daytime sun of this world and the “black” sun of the kingdom of Pluto merged.

Another correspondence found in the work of both poets is the image of Rome. It is incoherent to claim that the “Roman Elegies” by J.W. Goethe and Roman analogies of O.E. Mandelstam are built on the same literary and philosophical principles. The cycle of J.W. Goethe is full of eroticism, and it is rather inspired by the love lyrics of ancient Roman poets such as Catullus and Ovid. The German poet wrote it while under the impression of a recent trip to Italy, where he experienced the joys of a life free from public service and had relationships with various women. He was also influenced by the beginning romance with Christiane Vulpius and the termination of communication with Charlotte von Stein.

Rome was known to O.E. Mandelstam only from the works of classical authors. Nevertheless, despite the noted differences, in the “Roman” works of J.W. Goethe and O.E. Mandelstam we can find many common features. One of them, of course, is the central archetypal image of the Eternal City - the center of the world. In the first elegy, the German poet declares: “Eine Welt zwar bist du, o Rom...” [8]. This idea that Rome is identical to the world is also consonant with the lyrics of O.E. Mandelstam.

In Russian, the words “peace” and “Rome” are palindromes, and this became the central metaphor of O.E. Mandelstam’s poem. The Russian poet goes further than his

predecessor and identifies not only the world and Rome, but also the nature and Rome. The idea of the identity of culture and nature is one of the central ones in the collection “Stone”. First of all, it is embodied in verses saturated with ancient themes, including “Roman”, literary allusions [2, p. 146]. O.E. Mandelstam perceived a modern city as a place that deprived a person of the opportunity to feel sublime aesthetics. In this collection, the poet proposes to return to the origins, to remove the opposition between naturalistic and urbanistic [5, p. 37]. As a result, we can state that O.E. Mandelstam showed the transition from “culture-centricity” to “nature-centricity”, which eventually resulted in the formation of an organic civilizational concept. This approach is very close to the one of J.W. Goethe, who considered man an integral part of nature and was sure that by analyzing the world around us, we can learn a lot about human culture.

Summing up, we can stress that, for both J.W. Goethe, and O.E. Mandelstam in some periods of their lives, it was important to study Classical antiquity and literature in particular. For J.W. Goethe, ancient authors served as a kind of “refuge” in difficult times. Both poets considered Classical antiquity authentic and eternal - not losing its value even after many centuries. Both of them tried to touch the power and harmony of the literature, to understand the origins of the modern literary process, which is unthinkable without the authors of the classical era.

At the same time, neither Russian nor German poets tried to blindly copy antique authors. A typical example is an attempt to write J.W. Goethe’s Achilles. Translations by O.E. Mandelstam also convey rather his own moods and reception of the surrounding reality than the atmosphere of the original. The language in which they are written is not Hellenized or Latinized academic, but real Russian, which O.E. Mandelstam mastered to perfection.

Список литературы

1. *Иванов В.В. Солярные мифы // Мифы народов мира: В 2 т. – Т. 2. – М., 1988.*
2. *Кихней Л.Г. Осип Мандельштам: Бытие слова. – М.: Диалог-МГУ, 2000.*

3. *Мандельштам О.Э. Полное собрание сочинений и писем: В 3 т. – Т. 2. Проза. – М.: Прогресс-Плеяда, 2010.*
4. *Мочульский К. О.Э. Мандельштам // Мандельштам и античность / Сборник статей под ред. О.А.Лекманова. – М.: ТОО “Радикс“, 1995.*
5. *Пшывыльский Р. Рим Осипа Мандельштама // Мандельштам и античность / Сборник статей под ред. О.А.Лекманова. – М.: ТОО “Радикс“, 1995.*
6. *Террас В.И. Классические мотивы в поэзии Осипа Мандельштама // Мандельштам и античность / Сборник статей под ред. О.А.Лекманова. – М.: ТОО “Радикс“, 1995.*
7. *Eakin C. Goethe and the Classical Ideal // Master of Arts (History) North Texas State University. 1973.*
8. *Goethe J.W. Römische Elegien // <http://www.goethezeitportal.de/wissen/projektetpool/goethe-italien/roemische-elegien/roem-elegien-text.html>*

УДК 82.6
ББК 83.3

**“ФЛОРЕНТИЙСКИЕ НОЧИ” М.И. ЦВЕТАЕВОЙ: ЭПИСТОЛЯРНАЯ
ПРОЗА ПОЭТА ПОЗДНЕГО МОДЕРНИЗМА**

Г.А. Кричевский, Высшая школа экономики, г. Москва, Россия

**“FLORENTINE NIGHTS” BY M.I. TSVETAEVA: EPISTOLARY PROSE OF
A LATE MODERNIST POET**

G.A. Kritchevsky, Higher School of Economics, Moscow, Russia

Аннотация. Рассматриваются уникальные факторы, за счет которых осуществляется реформа эпистолярного канона в духе позднего модернизма во “Флорентийских ночах”. Поставлен вопрос о значении диалога с жанровыми традициями или интертекстуальности, подчеркивается особенность формирования в качестве нарративной стратегии бинарного мифа, в котором доминирующая роль отведена варианту образа девы-воительницы – влюбленной женщине-поэту, которая строит переписку без оглядки на формального адресата литературных писем. Подчеркивается, что эпистолярное прозаическая повесть написана поэтом, которым овладевала трагическая идея “покинутости” и отчужденности на земле.

Ключевые слова: эпистолярный канон, мифотворчество, дева-воительница, нарративная стратегия, литература позднего модернизма, Цветаева.

Abstract. The unique factors due to which the reform of the epistolary canon in the spirit of late modernism in the "Florentine Nights" is being carried out are considered. The question is raised about the significance of dialogue with genre traditions or intertextuality, the peculiarity of the formation of a binary myth as a narrative strategy is emphasized, in which the dominant role is assigned to a variant of the image of a warrior maiden – a woman-poet in love, who builds correspondence without looking back at the formal addressee of literary letters. It is emphasized that the epistolary prose story was written by a poet who was possessed by the tragic idea of “abandonment” and alienation on earth.

Keywords: epistolarity, myth, warrior as a myth, narrative strategy, Russian modernism, Tsvetaeva.

E-mail: gkritchevsky@hse.ru

Введение

“Флорентийские ночи” М.И. Цветаевой – пример модернистской эпистолярной прозы, в котором факт быта демонстративно превращен “*первым поэтом XX века*” [2, с. 59] в факт литературы. Реальные письма управляющему делами издательства “Теликон” А. Г. Вишняку были написаны Цветаевой в Берлине в 1922 году, а художественный текст закончен в 1932 году. Цветаева называла свои “Флорентийские ночи” “...переводом <...> *собственной вещи на французский: 9 (своих собственных настоящих) писем и единственное, в ответ, мужское — и послесловие: Postface ou Face Posthume des choses (Послесловие, или посмертное лицо вещей (фр.) — и последняя встреча с моим адресатом, пять лет спустя, в Новогоднюю ночь. Получилась цельная вещь, написанная жизнью. Но с моим обычным везением — похвалы (французов) со всех сторон, а рукопись лежит*” [13, с. 170–171]. Впервые эпистолярная повесть Цветаевой была издана во Франции в 1985 году, в этом же году, а затем в 1992 году было предпринято два обратных перевода на русский, соответственно, Р. А. Родиной и Ю. П. Клюкиным. В последнем случае переводчик имел возможность сверять свой вариант с русским текстом из “Сводных тетрадей” Цветаевой [12, с. 573].

Литературные письма Цветаевой упакованы в романтический жанр “ночных циклов”, название заимствовано у Г. Гейне, что, впрочем, не является исключением. Так, эпистолярный роман В.Б. Шкловского “ZOO, или Письма не о любви”, вышедший в том же самом берлинском издательстве “Теликон” в 1923 году, еще одним названием “Третья Элоиза” отсылает к Ж.-Ж. Руссо.

I

Академическая дискуссия по поводу “Флорентийских ночей” зафиксировала наличие интертекстуального диалога между Цветаевой и Г. Гейне [3], что, безусловно, следует из названия (заказ на перевод Г. Гейне стал формальным поводом для знакомства с А. Г. Вишняком), а также между Цветаевой и “Письмами португальской монахини” Г. Ж. де Гийерага [22, с. 163].

Подчеркнем, что цветаевская эпистолярная повесть в плане описания чувств рассказчика и персонажа-женщины близка одноименному произведению Г. Гейне: *“В обрамлении вместо диалога представлена внутренняя антиномичность, текучесть сознания героя—повествователя. Фрагментарность осмысливается как выражение двойственности сознания”* [16, с. 406–407]. У Цветаевой парадоксальность и иррациональность человеческого поведения связаны с высказываниями, где поток сознания описан наиболее предметно: *“С Вами никакой тяжести, никакой глухоты, никакой двусмысленности. Мы в знакомой стране. Хорошо, очень хорошо, больше, чем очень хорошо, чем очень-очень хорошо, если это возможно... И все время остаюсь сама собой. Это не зло-деяние, это у-благо-творение, и прежде всего-творение добра. Да. Вы добрый. Вы ни враг, ни соучастник. Товарищ. В Вас – ничего сумеречного. Всё – тьма”* [15, с. 472].

В отличие от Г. Гейне диалог с “Письмами португальской монахини” построен во “Флорентийских ночах”, в сущности, на отрицании поведенческой модели французского эпистолярного текста XVII века. Цветаева как автор отказывается от маски смирившейся со своей судьбой, но по-прежнему влюбленной в адресата героини — инициатора и автора писем. Напротив, женщина-протагонист владеет перепиской, занимает доминирующую позицию, ей принадлежит коммуникационная власть. При этом, гегемония в письмах со стороны женского персонажа отражает, как отмечено в последних исследованиях русского модернизма, *“...слом традиционных гендерных представлений. С одной стороны, явный отход женщин (прежде всего женщин—авторов, женщин—культурных деятельниц) от стереотипов нормативной женственности. С другой стороны,*

этот отход художественно рефлексировался как авторами—мужчинами, так и, в первую очередь, самими писательницами” [7, с. 15]. Отправительница писем во “Флорентийских ночах” приближается к системообразующему образу воительницы, который “является своего рода alter ego Цветаевой” [8, с. 30], образу, отвечающему за формирование опорной мифологической конструкции. Вместе с тем, миф о воительнице бинарный и предполагает маскулинного антагониста. Отмечено, что “...бинарности, двойственности — вообще важнейший стержень цветаевской модели мира, сближающий ее мировосприятие с мифологическим. <...> Самой существенной оппозицией всегда является оппозиция мужское/женское” [4, с. 119]. Так, в создании образа воительницы участвуют категории верх/низ, наверх/вглубь, душа/животное, громкое/глухое, яркое/мутное, аполлоническое/дионисийское начало, светлое/темное. Причем, темная сторона маркирована как позитивная, поскольку освобождает женскую сущность. Характерно, что описание элементов бинарной пары и является подчас повествованием: “Ваша глубокая звериность затрагивает меня сильнее, чем другие души. Вам так хорошо ведомо чувство холода, жары, голода, жажды, сна” [15, с. 465].

Судя по всему, в цветаевских “Флорентийских ночах” миф о воительнице базируется на антитезе пишущей женщины-протагониста с адресатом-мужчиной, прототипом которого является А.Г. Вишняк. Он – ночь, его дар – быть искателем родников, у него морда зверя. У нее – черты поэта Гомера и противоречивого крысолова из Гаммельна, выдающегося манипулятора аудиторией, которому не нужно зрение. Как таковой адресат не востребован отправительницей писем. Женщина-протагонист пишет письма, адресованные самой себе, тогда как второй формальный участник коммуникации остается источником вдохновения.

Скорее всего, подобная мифология “Флорентийских ночей” говорит об особом месте поэта, а также выявляет изменчивую нарративную субъектность. Иными словами, читателю приходится все время решать, кто ведет повествовательную перспективу, персонаж или рассказчица, что вполне можно считать нарративной особенностью модернистского периода. Собственными мифами, которые заменяли

привычные нарративные стратегии, пользовались и Т.С. Эллиот, в частности, в “Бесплодной земле” (1922), и Дж. Джойс: *“Техника Джойса – это способ контролировать, упорядочивать, придавать форму и значение огромной панораме бесплодности и анархии, которой является современная история... Вместо повествовательного метода мы можем теперь использовать мифологический метод. <...> Я серьезно считаю, что это шаг к тому, чтобы сделать современный мир возможным для искусства”* [19, с. 483].

Стратегия создания оригинального мифа дополнена и тем, что Цветаева делает отсылку к своей очень важной будущей поэме 1925 года “Крысолов”. Упоминание легенды о крысолове представляется существенной в цветаевской эпистолярной повести: *“...я хочу радоваться Вам и тем темным силам, которые Вы извлекаете из меня, словно открыватель родников. Открывателю родников не нужно осознавать: ни своей силы, ни ценности родника. Это – дар, как и всякий другой, и потому чаще всего дается не ведающим и неблагодарным. Как все дары, кроме дара души, которая не что иное, как совесть и память. (Чтобы немного посмеяться: если Вы источниколов, то я Крысолов из немецкой сказки, который уводит своей флейтой крыс и детей – а может, и родники тоже!)”* [15, с. 464].

Не вдаваясь в детали всесторонне изученной проблематики цветаевской поэмы “Крысолов”, отметим лишь два релевантные момента, на которые обратил внимание в своей знаменитой статье Е.Г. Эткинд [17, с. 43–73]. Во-первых, Цветаева всегда полемизирует с жанром, в нашем случае, с эпистолярным жанром, добавляя миф к изначальной достоверности переписки, к тому, что в теории литературных писем называется *“человеческим документом”* [6]. Во-вторых, именно миф создает крайнюю остроту и особенную напряженность в повествовании. И.А. Бродский довольно точно понял трагическую сторону этой напряженности, свойственную цветаевскому мифотворчеству: *“Конечно, по содержанию – это женищина. Но по сути... По сути — это просто голос трагедии. (Кстати, муза трагедии – женского пола, как и все прочие музы.) Голос колоссального неблагополучия. Иов – мужчина или женищина? Цветаева – Иов в юбке”* [2, с. 47].

II

Помимо этого, мифологическая асимметрия отправителя и получателя литературных писем, женского и мужского персонажей передает состояние отчуждения человека, представляет реальность как абсурдную. К идее распада и фрагментарности персонажей в эпистолярной повести добавляется понятие невыносимой реальности. *“Какое убожество земная жизнь. Какая покинутость”* [15, с. 469], – восклицает женщина-протагонист *“Флорентийских ночей”*. Возможно, высказанная Цветаевской героиней мысль об убожестве земной жизни и покинутости выявляет отчетливо модернистский *“феномен “несчастливого сознания” и трансформирует процесс создания литературы в акт сопротивления отчаянию”* [20, с. 64]. Между тем Цветаева усиливает понятие *“несчастливого сознания”*, возвышая его до трагедии женщины-поэта: *“Когда я пытаюсь жить, я чувствую себя бедной маленькой швейкой, которая никогда не может сделать красивую вещь, которая только и делает, что портит и ранит себя, и которая, отбросив все: ножницы, материю, нитки, — принимается петь. У окна, за которым бесконечно идет дождь”* [15, с. 478]. В этом высказывании Цветаевской героини видится и обреченность женщины-поэта, и понимание того, что оценивать стихи может только она сама.

III

Необходимо постоянно помнить, что эпистолярная повесть *“Флорентийские ночи”* – это, в первую очередь, проза поэта Цветаевой, обладающая поэтическими признаками, самый важный из которых предложил Р.О. Якобсон: *“...несомненно, самое тесное и глубокое родство связывает стих с метафорой, а прозу с метонимией. Ассоциация по сходству – именно на этом держится стих: его воздействие жестко обусловлено ритмическими сопоставлениями”* [18, с. 321].

В Цветаевском тексте немало доказательств тезиса Р.О. Якобсона. Вот лишь один пример: *“В Вашем письме есть слова нежности, которые ласкают мое сердце: слова-ладони. Хорошо засыпать с таким письмом. Спасибо. И слова*

правоты – в моем: они должны распрямить Ваше сердце: слова-пальмы. Хорошо бодрствовать с таким письмом. Благодарите же” [15, с. 476].

Тем не менее не только наличие метафор и их превосходство над метонимией определяет прозу поэта. На звуковой маркер как рекуррентный указывали М.Л.Гаспаров и И.А. Бродский. М.Л. Гаспаров, в частности, заметил: *“В предельном своем выражении поздняя манера Цветаевой становится уже углублением не в формулу, как в рефрене, не в образ, <...>, а в слово, в звуковой и морфологический состав слова, в которых поэт силится уловить тот глубинный смысл, который, наконец, даст ему возможность высказать не поддающееся высказыванию” [5, с. 13].* И. А. Бродский пошел дальше в анализе стихов Цветаевой и утверждал, что *“в Цветаевой главное – звук” [2, с. 46].*

Чтобы убедиться, что перед нами проза поэта, достаточно расположить фрагменты писем в столбик, и за счет ритма, звукового сходства, а иногда и угадываемой рифмы появятся белые стихи: *“Я свою суть явила бы лишь в любви того, кто выбрал бы меня меж всеми существами, прошлыми, настоящими, будущими; мужчинами, женщинами; существами из воды, из огня, из воздуха, из земли, из неба. И многими еще – ведь есть другие планеты!” [15, с. 467].*

Или вот еще один отрывок: *“Я поняла одну вещь: с другим у меня было “р”, буква, которую я предпочитала, – самая я из всего алфавита, самая мужественная: мороз, гора, герой, Спарта, зверь – все, что во мне есть прямого, строгого, сурового. С Вами: шелест, шепот, шелковый, тишина – и особенно: cheri!” [15, с. 470].*

Следующий фрагмент письма содержит и звуковые находки, и особый ритм, и образы, которые вполне подходят для поэтических, а отнюдь не прозаических строчек: *“Неизлечимая неязвимость. Это она мстит, покинув Вас, в ком она обитала и кого обнимала собою, больше чем море объемлет берег, – и вот Вы нагой, как пляж с останками моего прилива: сабо, доски, пробки, обломки, ракушки – мои стихи, с которыми Вы играли, как ребенок, – а Вы и есть ребенок, – это она мстит, ослепив меня до такой степени, что я забыла Ваши видимые черты, и явив мне подлинные, которые я никогда не любила” [15, с. 483].*

По мнению М.Л. Гаспарова, акцент на звуковую сторону слова появляется у Цветаевой в поздний период ее поэтического творчества, однако, здесь мы наблюдаем похожий эффект в эпистолярной прозе: *“...рождается все более частый у поздней Цветаевой прием, когда слова сближаются не только по смыслу, но и по звуку, и этот звук подсказывает некоторый общий мерцающий, не поддающийся точному определению смысл: то, что Ф. Степун назвал цветаевской “фонологической каменоломней”* [5, с. 14].

Не менее важны для поэтических характеристик прозы повторы, использование шипящих, формирующих рефрен и ритм: *“Шерсть-это ночь-пещера-звезды-голос, его рык (шерстяной зов)-и еще простор”* [15, с. 464]. Или еще более наглядно: *“Все вполне гладко, текуще, бегуще. Кто не хочет, тот не запинается. Ничего темного, исключая почерк. И Вы считаете, что Вас уже захлестнула лирическая волна?”* [15, с. 475].

Заключение

Подводя итог, можем констатировать: важнейшее изменение, которое Цветаева внесла в эпистолярный жанр, заключается, по нашему мнению, в том, что она свела на нет присутствие адресата своих писем. Масштаб ее личности и поэтическая сила таковы, что ее литературной корреспонденции не требуется ответ, а адресат не востребован. Персонаж-женщина Цветаевой как участник переписки самодостаточна, поскольку темой ее писем является труд одинокого, трагического поэта. Причем, содержание писем во “Флорентийских ночах” почерпнуто не от собеседника, а просто из окружающего мира. Этот метод Цветаева-автора определила следующим образом: *“Все мое писанье – вслушивание. Отсюда, чтобы писать дальше – постоянные перечитыванья. Не перечтя по крайней мере двадцать строк, не напишу ни одной. Точно мне с самого начала дана вся вещь – некая мелодическая или ритмическая картина ее – точно вещь, которая вот сейчас пишется (никогда не знаю, допишется ли), уже где-то очень точно и полностью написана. А я только восстанавливаю. Отсюда эта постоянная*

насторожённости: так ли? не уклоняюсь ли? не позволяю ли себе – своеволия? Верно услышать – вот моя забота. У меня нет другой” [14, с. 285].

Итак, реформа эпистолярного канона реализована в цветаевских “Флорентийских ночах”, во-первых, за счет интертекстуального диалога с различными жанрами, причем, не только с жанром литературных писем; во-вторых, путем создания собственного мифа о женщине-поэте, своеобразном варианте образа девы-воительницы, которая отчуждена от мира, а ее творчества, как и ее чувства, представляются средством спасения от убожества земной жизни и трагедии одиночества; в-третьих, эпистолярная проза написана в значительной степени по правилам, которые применимы к созданию стихов: в центре – звук, акустическое сходство слов, а не семантика; взятые из литературного быта художественные письма изложены как рассказ, в котором субъект повествования, как будто мерцая, распределяется между нарратором и персонажем; преимущественно любовный по своей природе эпистолярный нарратив превращается в рассуждения о литературе, о том, как и по каким причинам создается художественное, в особенности, поэтическое произведение; диалог участников переписки построен таким образом, что женщина-отправитель доминирует в коммуникации с адресатом-мужчиной, при этом, активная позиция, которую женщина-протагонист запрашивает у получателя ее писем, не меняется в ходе повествования: мужской персонаж остается отраженным, зависимым, почти всегда молчит, а его единственное письмо, включенное в повесть, выглядит мелочным, поверхностным и напоминает речь кафкианских бюрократов, тогда как женщина-поэт создает текст с самоадресацией.

Список литературы

1. Бердсли М. *Эстетическая точка зрения // Американская философия искусства: основные концепции второй половины XX века – антиэссенциализм, перцептуализм, институционализм: Антология / Пер. с англ.; под ред. Б.Дземидока, Б.Орлова. – Екатеринбург: Деловая книга; Бишкек: Одиссей, 1997. – С. 155–180.*

2. Бродский И.А. *Марина Цветаева: весна 1980 — осень 1990* // Волков С. *Диалоги с Иосифом Бродским*. — М.: Издательство Независимая Газета, 2000. — 328 с.
3. Бунина С. Н. *Автобиографическая проза М. И. Цветаевой (Поэтика, жанровое своеобразие, мировидение): Дис. ... канд. филол. наук : 10.01.02 Харьков, 1999. — 172 с. <http://www.dslib.net/literatura-rosii/avtobiograficheskaja-proza-m-i-cvetaevoj.html> (Дата обращения: 19.07.2022)*
4. Венцлова Т. *К вопросу о русской мифологической трагедии: Вячеслав Иванов и Марина Цветаева* // Венцлова Т. *Собеседники на пиру: Литературоведческие работы / Томас Венцлова*. — М.: Новое литературное обозрение, 2012. — 624 с.
5. Гаспаров М. Л. *От поэтики быта к поэтике слова* // Марина Цветаева. *Статьи и тексты*. — Wiener Slawistischer Almanach. Sonderband № 32, Literarische Reihe, Herausgegeben von Aage A. Hansen-Loeve. — Wien, 1992. — P. 5–15.
6. Гинзбург Л. Я. *О психологической прозе*. — Л.: Художественная литература, 1976. — 448 с.
7. Зусева-Озкан В.Б. *Введение* // *Женщина модерна: Гендер в русской культуре 1890–1930-х годов: Коллективная монография / Под ред. В. Б. Зусевой-Озкан*. — Москва: Новое литературное обозрение, 2022. — 688 с.
8. Зусева-Озкан В.Б. *Маскулинность и фемининность в литературе русского модернизма: случаи Блока и Цветаевой* // *Вестник Томского государственного университета*. — 2019. — № 448. — С. 30–34. DOI: 10.17223/15617793/448/4
9. Кудрова И. В. *Версты, дали. Марина Цветаева. 1922–1939*. — М.: Сов. Россия, 1991. — 368 с.
10. Саакянц А. *Одиннадцать недель в Берлине (Глава кз книги “Птица-Феникс”)* // Марина Цветаева. *Статьи и тексты*. — Wiener Slawistischer Almanach. Sonderband № 32, Literarische Reihe, Herausgegeben von Aage A. Hansen-Loeve. — Wien, 1992. — P. 43–62.

11. Цветаева М.И. *Живое о живом (Волошин) // Цветаева М. Собрание сочинений: В 7 т. – Т. 4. Воспоминания о современниках. Дневниковая проза / Сост., подгот. текста и коммент. А. Саакянца и Л. Мнухина. – М.: Эллис Лак, 1994. – 688 с.*
12. Цветаева М.И. *Неизданное. Сводные тетради / Подгот. текста, предисл. и примеч. Е.Б. Коркиной и И.Д. Шевеленко. – М.: Эллис Лак, 1997.*
13. Цветаева М.И. *Письма к Анне Тесковой. – Болшево: Муниципальное учреждение культуры «Мемориальный Дом-музей Марины Цветаевой в Болшево»; типография «Новости», 2008. – 512 с.*
14. Цветаева М.И. *Поэт о критике // Цветаева М. Собрание сочинений: В 7 т. – Т. 5. Автобиографическая проза. Статьи. Эссе. Переводы / Сост., подгот. текста и коммент. А. Саакянца и Л. Мнухина. – М.: Эллис Лак, 1994. – С. 274–296.*
15. Цветаева М.И. *Флорентийские ночи. Девять писем с десятым невозвращенным и одиннадцатым полученным и Послесловием // Цветаева М. Собрание сочинений: В 7 т. – Т. 5: Автобиографическая проза. Статьи. Эссе. Переводы / Сост., подгот. текста и коммент. А. Саакянца и Л. Мнухина. – М.: Эллис Лак, 1994. – С. 463–483.*
16. Штерн М.С. “Ночные циклы” в литературе романтизма: “Русские ночи” В.Ф. Одоевского и “Флорентийский ночи” Г. Гейне // *Вестник Омского университета. – 2012. – № 2. — С. 403–407. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/nochnye-tsikly-v-literature-romantizma-russkie-nochi-v-f-odoevskogo-i-florentiyskie-nochi-g-geyne?ysclid=l5thjyfsh3728077525>* (дата обращения 19.07.2022)
17. Эткинд Е. Г. *Флейтист и крысы (Поэма Марины Цветаевой “Крысолов” в контексте немецкой народной легенды и ее литературных обработок) // Вопросы литературы. – 1992. – Вып. III. – С. 43–73.*
18. Якобсон Р. О. *Заметки о прозе поэта Пастернака // Якобсон Р. Работы по поэтике: Переводы / Сост. и общ. ред. М. Л. Гаспарова. – М.: Прогресс, 1987. – С. 324–338.*

19. Eliot T. S. *Ulysses, Order, and Myth // The Dial. Vol. LXXV. № 5.* – New-York: The Dial Publishing Company, 1923.

20. Ioffe D. *The poetics of personal behaviour : the interaction of life and art in Russian modernism (1890-1920). PhD thesis. Amsterdam School for Cultural Analysis (ASCA). Universiteit van Amsterdam, 2009.* Режим доступа: <https://dare.uva.nl/searchidentifier=e1354925-609e-4e4f-9039-951b4527000f> (дата обращения – 9.08.2022).

21. Matz J. *The Novel // A Companion to Modernist Literature and Culture. Ed. by D. Bradshaw and K.J. Dettmar.* – USA, UK, Australia: Blackwell Publishing, 2006. – P. 215–226.

22. Мпукхин Л. Анализ взаимосвязи эпистолярного творчества Марины Цветаевой с ее автобиографической прозой // *Modernités Russes. – La poétique autobiographique à l'Âge d'argent et au-delà.* – 2016. – №16. – P. 161–172. Режим доступа: https://www.persee.fr/doc/modru_0292-0328_2016_num_16_1_1441

УДК 82.09
ББК 83

**ПРОБЛЕМА РАЗРАБОТАННОСТИ ТЕРМИНА «ЛИТЕРАТУРНАЯ
РЕПУТАЦИЯ» НА ПРИМЕРЕ НИКОЛАЯ ГУМИЛЕВА**

*М.Ю. Купцова, Институт международного права и экономики
имени А.С. Грибоедова, Москва, Россия*

**THE PROBLEM OF THE ELABORATION OF THE TERM "LITERARY
REPUTATION" ON THE EXAMPLE OF NIKOLAI GUMILEV**

*M.Yu. Kuptsova, Griboyedov Institute of International Law and Economics,
Moscow, Russia*

Аннотация. Данная статья посвящена проблеме развития изучения понятия «литературная репутация» в России в конце XX века, а также исследованию и определению литературной репутации Н. Гумилева.

Ключевые слова: литературная репутация, литературный быт, культурный миф, литературная биография, литературные системы, Николай Гумилев.

Abstract. This article is devoted to the problem of the development of the study of the concept of "literary reputation" in Russia at the end of the 20th century, as well as the study and definition of N. Gumilev's literary reputation.

Key words: literary reputation, literary way of life, cultural myth, literary biography, literary systems, Nikolai Gumilyov.

E-mail: delkup@gmail.com

Начиная с конца XX века интерес к проблеме становления и эволюции литературных репутаций заметно усиливается. Проводятся изыскания относительно как частных литературных репутаций (А. Пушкина, И. Бродского, М. Шолохова и др.), так и самого феномена «литературная репутация» в целом. Однако, большинство исследователей отмечают неразработанность фактологической базы, а также нехватку масштабных теоретических изысканий в этой области.

Так, российский социолог культуры, историк литературы Абрам Рейтблат в своей работе «Видок Фиглярин (История одной литературной репутации)» (1990 г.) стремится проследить, под воздействием каких обстоятельств формируется литературная репутация и какие факторы в будущем меняют, нередко кардинально, облик писателя в литературном сознании [7, с. 73–101].

Автор отдельно отмечает, что фактографическая база почти полностью отсутствует, а исследованиями в России со времён И.Н. Розанова никто не занимался. Таким образом, на тот момент, считает Рейтблат, невозможно сделать какие-либо обобщения понятия «литературная репутация». Необходимо собирать исходный материал.

Спустя 11 лет в своем труде «Как Пушкин вышел в гении: историко-социологические очерки о книжной культуре пушкинской эпохи» (2001) Абрам Рейтблат смог сформулировать собственное определение термина «литературная репутация», отметив при этом, что фактологическая база все еще пустует, а новейшие изыскания почти отсутствуют: «те представления о писателе и его творчестве, которые сложились в рамках литературной системы и свойственны значительной части ее участников (критики, литераторы, издатели, книготорговцы, педагоги, читатели). Литературная репутация в

свернутом виде содержит характеристику и оценку творчества и литературно-общественного поведения писателя» [6, с. 51].

Важно заметить, что данное понятие близко по характеру термину «социальный престиж», используемого в социологии как соотносительную оценку социальной роли или действия, социальной или профессиональной группы, социального института, разделяемую членами данного сообщества или группы на основании определенной системы ценностей.

Ученый приводит классификацию источников, которые формируют литературные репутации: «печатные, устные и письменные тексты автора (как нехудожественные, так и художественные, особенно автокомментарии к собственному творчеству); печатные, устные и письменные высказывания других лиц об авторе» [6, с. 52].

Необходимо подчеркнуть, что эффект влияния на литературную репутацию зависит от авторитетности источника, а также времени и масштаба распространения высказываемой оценки.

Исходя из этого, Рейтблат выделяет несколько типов литературных систем, которые влияют на формирование репутации, а именно:

1) «Сами литераторы либо авторитетные знатоки, которые в своем кругу, в рамках литературного салона, кружка или общества выносят приговор писателю»;

2) Литературный критик;

3) Реклама и рыночный успех книг, взаимодействие всех этих инстанций, «цензуры, политической власти, общественных организаций, церковных институтов и т.д.»

Именно это влияние на аудиторию способно менять отношение участников литературной жизни по отношению к авторам и их творчеству: включение произведений в учебную программу, написание исследовательских работ и монографий, качество публикации материалов автора (качество бумаги, переплёт, обложка, тираж, иллюстрации и т.д.).

Исходя из этого, следует отметить, что к изучению человека-читателя надо подходить не как к идеальному, условно моделируемому в тексте, а реальному участнику социальной группы.

Рассмотрение этих проблем мы находим в трудах А. И. Рейтблата. В частности, в работе «От Бовы к Бальмонту» он рассматривает социальную структуру чтения, изучает вхождения книг в читательские страты: «крестьянскую, рабочую, разночинскую и интеллигентскую» [5, с. 212].

И литературная репутация, и писательский имидж – это универсальный способ существования писателя в культуре. Но в отличие от репутации имидж – не столько конечный результат, статичный образ, запечатленный в общественном сознании, сколько мейнстрим общественных суждений, преобладающих впечатлений, оценок. Писательский имидж – это всегда некий перманентный процесс, в то время, как репутация – стабильный результат. Отсюда смежные понятия – крушение репутации, подмоченная репутация, репутационные риски и пр. [4, с. 20].

Ссылаясь на научный труд Ю. Лотмана «Литературная биография в историко-культурном контексте», М.В. Селезнев в своем труде «Литературная репутация Ф.В. Булгарина в литературно-эстетических дискуссиях 1820-1840-х годов» подчеркивает, что биография – это результат нужд публики и работы автора. Репутация же – это итог различных факторов, сил, как случайных, так и закономерных. Литературная репутация находится в постоянной динамике. Из-за влияния огромного количества явлений, как в литературной жизни писателя, так и за ее пределами, «в каждый конкретный момент времени, в каждом социальном слое, в каждой точке культурного пространства оказывается не равна себе в другом заданном моменте» [8, с. 16].

Литературная биография – это текст, который можно написать, основываясь на основных событиях и личных предпочтениях автора. Однако литературная репутация целиком и полностью сотворена быть не может. Это результат множества оценок, мнений, влияний, которые невозможно проконтролировать.

Но нельзя отрицать, что «литературная биография» является частью «литературной репутации» автора.

Поскольку в процессе становления и эволюции литературной репутации большую роль играет самопрезентация писателя в социокультурной семиосфере, в литературной, читательской общественной среде, мы ставим своей задачей рассмотреть способы формирования собственного имиджа литератора на примере одного из ярких представителей поэзии Серебряного века – Николая Гумилева.

Прижизненная репутация Николая Степановича Гумилева формировалась им самим. И главенствующую роль в этом играли лирические герои его поэзии, ассоциируемые современниками с его биографической личностью. Также большое значение для упрочения репутации Гумилева имели его критические статьи, рецензии и переводы, создавшие ему имидж литературного арбитра и знатока мировой поэзии. Гумилев накапливал имиджевый арсенал, в зависимости от ситуации сменял собственные образы, как маски. Это способствовало закреплению этих имиджевых ролей в восприятии современников. Причем после революции, казалось бы, устоявшиеся образы эволюционировали, сохраняя прежнее семантическое ядро, наполнялись новым онтологическим и экзистенциальным содержанием.

Его репутация формируется посредством использования нескольких каналов: главный из которых – его собственные стихи, а также статьи, рецензии и переводы. Также известную роль играют рецензии современников. Воспоминания современников играют меньшую роль, эта роль значительно увеличится после его гибели.

Таким образом, в случае с Николаем Степановичем Гумилевым мы имеем дело с авторским моделированием собственной литературной репутации, с успешными усилиями поэта по созданию собственного имиджа.

Ключевую роль при создании собственной репутации Гумилева играла художественная рефлексия, то есть мифопоэтическое моделирование поэтом своего образа и своего жизненного сюжета в собственных стихотворениях. Об

этом также рассуждают авторы статьи «Эпитафические посвящения Гумилеву собратъев по акмеистическому цеху: игра явных и тайных смыслов» [3].

Именно эта репутация затем транслировалась критиками, мемуаристами и почитателями и даже оппонентами. И в конце своего жизненного пути поэт в сборнике «Огненный столп» выводит свой литературный образ на новый – философский – виток, но он станет основой уже его посмертной репутации.

Список литературы

1. Гумилев Н.С. Где небом кончилась земля: Биография. Стихи. Воспоминания. М.: Эксмо, 2010.

2. Зобнин Ю.В. Николай Гумилев. Слово и Дело. М.: Яуза, 2016. 1578 с.

3. Кихней Л. Г., Ламзина А. В. Эпитафические посвящения Гумилеву собратъев по акмеистическому цеху: игра явных и тайных смыслов // Научный диалог. — 2021. — № 12. — С. 256—271.

4. Кихней Л.Г., Царегородцева С.С., Купцова М.Ю. К проблеме изучения феноменов имиджа и репутации в литературном пространстве // Казанская наука. 2022. №6. С. 20–22.

5. Рейтблат А. И. От Бовы к Бальмонту и другие работы по исторической социологии русской литературы. – М.: Новое литературное обозрение, 2009. – 447 с.

6. Рейтблат А.И. Как Пушкин вышел в гении. — М.: Новое литературное обозрение, 2001.

7. Рейтблат А.И. Видок Фиглярин (История одной литературной репутации // Вопросы литературы. — 1990. — № 1. — С. 73-101.

8. Селезнев М.В. Литературная репутация Ф.В. Булгарина в литературно-эстетических дискуссиях 1820-1840-х годов. — Челябинск, 2008.

9. Фокин П.Е. Гумилев без глянца. М.: Амфора, 2009. 1050 с.

УДК 82.09
ББК 83

«РАМОЧНЫЕ» ЭЛЕМЕНТЫ ТЕКСТА В КНИГАХ СТИХОВ

МИХАИЛА ЗЕНКЕВИЧА 1910-Х – 1920-Х ГОДОВ

А.В. Ламзина, Московский физико-технический институт (Национальный исследовательский университет) г. Москва, Россия

«FRAME» ELEMENTS OF THE TEXT IN MIKHAIL ZENKEVICH'S

BOOKS OF POEMS OF THE 1910s – 1920s

A.V. Lamzina, Moscow Institute of Physics and Technology (National Research University), Moscow, Russia

Аннотация. Статья посвящена анализу специфики рамочного текста в авторских книгах стихов М.А. Зенкевича «Дикая порфира», «Под мясной багрянницей», «Пашня танков» и «Со смертью на брудершafft», созданных в 1910-х – 1920-х годах. Выявляются значимые элементы «рамы текста» (заголовки, подзаголовки, эпитафии, даты), прослеживаются их семантические функции, отражающие специфику и динамику философско-художественного мировидения поэта. Особое внимание уделяется заглавиям стихотворных книг и циклов и доказывается, что именно они формируют логику прочтения каждой из книг как целостного сверттекста.

Ключевые слова: заголовок, эпитафия, подзаголовок, рамочные элементы, сборник стихов, цикл.

Abstract. The article is devoted to the analysis of the specifics of the frame text in the author's books of poems by M.A. Zenkevich "Wild Porphyry", "Under the meat purple", "Plowing tanks" and "With death on the Bruderschaft", created in the 1910s - 1920s.

Significant elements of the "frame of the text" (headings, subheadings, epigraphs, dates) are identified, their semantic functions are traced, reflecting the specifics and dynamics of the poet's philosophical and artistic worldview. Special attention is paid to the titles of poetry books and cycles and it is proved that they form the logic of reading each of the books as an integral supertext.

Keywords: title, epigraph, subtitle, frame elements, collection of poems, cycle.

E-mail: alamzina@mail.ru

Под рамочными элементами текста мы понимаем совокупность компонентов, обрамляющих основной текст произведения: заглавия, подзаголовки, эпитафии и посвящения, авторские предисловия, послесловия, авторские примечания, указание даты и места создания произведения.

Творчество М.А. Зенкевича крайне мало исследовано. Впрочем уже следует назвать ряд новейших трудов, посвященных его творчеству и месту, занимаемому им в акмеистическом течении. Это работы О.А. Лекманова [6; 7; 8],

Е.Ю.Куликовой [5], Л.Г. Кихней и Е.Д. Полтаробатько [3; 4], Б.А. Минц [9], А.В.Филатова [11], А.А. Чевтаева [12; 13], Е.В. Тырышкиной и П.А. Чеснялис [14; 10]. Однако особенности рамочного текста в поэзии М. Зенкевича в указанных трудах не рассматривались, что и обуславливает актуальность нашей разработки. Однако в контексте наших разработок нельзя не упомянуть глубокую и тонкую статью Т. Игошевой [2, с. 381–402], посвященную семантике заглавия беллетризованных мемуаров Зенкевича. Результаты этой работы для нас особенно ценны и важны.

Материалом нашего исследования являются рамочные элементы сборников «Дикая порфира» (1912), «Под мясной багряницей» (1912–1918) и «Пашня танков» (1921), уже сама семантика заглавий этих книг несет в себе весомую символическую нагрузку.

М.А. Зенкевич, как известно, был членом «Цеха поэтов» и в начале 10-годов XX века причислял себя к акмеистам. Его принято относить – вместе с В.Нарбутом – к «натуралистической» ветви акмеизма [6, с. 302–319; 10, с. 6–18]. А по сему одна из важнейших бинарных оппозиций в первой акмеистической книге Зенкевича «Дикая порфира», – это оппозиция природы и культуры. Следствием этого противопоставления становится лирическое осмысление автором феномена телесности, воплощаемое в оригинальной, подчас шокирующей парадигме материально-вещных образов.

Само название первой книги поэта – «Дикая порфира» – знаменует возвращение бытия в его первобытное, предначальное состояние. Зенкевич описывает своеобразную историю сотворения мира и процесс его эволюции. В «Дикой порфире» практически все стихотворения озаглавлены автором, и заглавия помогают выделить ключевое понятие и проследить внутреннюю хронологическую логику построения сборника: от первобытного периода истории – к античной цивилизации, затем к истории Руси и к современным картинам города и природы и шире – всей вселенной.

Система заглавий книги позволяет задать координаты восприятия входящих в нее стихотворений не как неупорядоченной совокупности, а как единого,

цельного текста. Это, как отмечает О.А. Лекманов, было свойственно сборникам поэтов, являвшихся участниками «Цеха поэтов» и причислявших себя к акмеистам. В отличие от символистов, снабжавших свои сборники предисловиями, объяснявшими авторский замысел и принцип расположения текстов, акмеисты составляли свои поэтические книги таким образом, что логика их построения была понятна читателю без специальных разъяснений.

В конце 1910-х годов творчество Зенкевича претерпело эволюцию, что нашло свое отражение в рамочном тексте его книг.

Стратегия озаглавливания текстов стихотворений в книге «Под мясной багрянницей» отличается от той, которая реализована в «Дикой порфире». Сам заголовок книги – часть первой строки заглавного стихотворения книги: «Под мясной багрянницей душой тоскую...». Здесь Зенкевич цитирует уже не классиков, а самого себя. Первое стихотворение задает тематику сборника, созвучную реалиям времени: тема казней, смерти, насилия.

Телесно-стихийная образность в этой книге остается, но тело, материально-хаотическая ипостась мировой истории в его стихах пред- и пост-революционного периода осмысливается Зенкевичем в поздне-акмеистическом ключе - в культурных категориях.

Образ мира во втором сборнике Зенкевича интерпретируется как «тело распадающееся», как воплощение некоего первозданного хаоса, живой материи в ее апокалипсической стадии умирания. Ср.:

С размаха рухнул лось. И в выдавленном ложе
По телу теплomu перепорхнула дрожь
Как бы предчувствия, что в нежных тканях кожи
Пройдетса весело свежyя, длинный нож

[1, с. 94]

Зенкевич, как указывают Л.Г. Кихней и Е.Д. Полтаробатько, «культуризирует» хаос, «сквозь «телесные образы» начинает просвечивать их культурная подоплека. Зенкевич на уровне образной системы гармонизирует

хаос и не противопоставляет «дионисийское» начало «аполлоническому», а скорее, выводит одно из другого» [3, с. 137].

Примером такого синтеза может служить уже упомянутое стихотворение, давшее название сборнику, – «Под мясной багряницей». Главная тема этого стихотворения - расчленение живого тела:

Под мясной багряницей душой тоскую,
Под обухом с быками на бойнях шалею,
Но вижу не женскую стебельковую, а мужскую
Обнаженную для косыря гильотинного шею.

[1, с. 92]

На первый взгляд это стихотворение представляет собой один из вариантов футуристического литературного эпатажа – его образы грубы, крайне физиологичны и натуралистичны. Но при более глубоком прочтении можно заметить, что физиологические образы оказываются наполненными «культурным» содержанием. Это «натуралистическое» стихотворение парадоксально репрезентирует христианскую ситуацию искупления.

В книге «Под мясной багряницей» автор стал включать в финальный рамочный текст даты создания стихотворений, в то время как в «Дикой порфире» датировка отсутствует. Открывающее книгу стихотворение создано в 1913 году, а книга планировалась к публикации в 1918 году. В это трагическое время, когда Россия была ввергнута в гражданскую войну, когда смерти и казни стали реальностью, эти строки, датированные 1913 годом, звучат как пророческие.

Также в книге «Под мясной багряницей» прослеживается более отчетливое разделение на разделы – если в «Дикой порфире» оно только угадывалось в соответствии с логикой расположения текстов, то во второй книге Зенкевич обозначает четыре четких раздела: «Под мясной багряницей», «Любовный альбом», «Проводы солнца», «Дары календаря». Многие стихотворения при этом не озаглавлены: их количество по сравнению с «Дикой порфирой» существенно возросло.

Функции рамочных компонентов во второй книге перераспределились: если в «Дикой порфире» основную смысловую нагрузку несли на себе заглавия и эпиграфы, то в «Под мясной багрянницей» редуцировалось влияние заголовочного комплекса на восприятие, но актуализированы даты написания стихотворений и названия разделов.

В составе сборника «Под мясной багрянницей» присутствует стихотворение «Порфибагр», название которого омонимично названию несостоявшейся книги Зенкевича. Неологизм «Порфибагр» образован из соединения ключевых слов названий двух книг – «Порфира» + «Багрянница». В стихотворении «Порфибагр» 1918 года – это имя мифического существа, титана:

Земля – в порфире багровой.

Из лавы и крови восстанет

Атлант, Миродержец новый –

Порфибагр!..

[1, с. 137]

В тексте присутствует очевидная переключка с заглавием первой книги Зенкевича: если ранее природа облачилась в «дикую порфиру», то реалии войны и революции в переосмыслении поэта порождают авторский миф – земля облачается в багровую, кровавую порфиру. Титан Порфибагр питается кровью и смертями, и он же становится символом жертвы ради возрождения нового мира. «Порфибагр» – предпоследнее стихотворение в сборнике «Под мясной багрянницей», и его ключевой мотив (ср.: «Земля - в порфире багровой. / Из лавы и крови восстанет / Атлант, Миродержец новый – / Порфибагр» [1, с. 137]) смыкается со смысловой структурой заглавного стихотворения этого сборника, где речь также идет о казнях и перерождении смерти в жизнь:

...крепнувший скипетром в могильном иле,

Я слышу вопли: восстань, восстань!

[1, с. 92]

В итоге, в финале второй книги Порфибагр восстает, напившись кровью и смертью. Смерть – необходимая жертва, она – начало новой жизни, рождение

новой эры. Зенкевич планировал издать книгу под заглавием «Порфибагр». В заголовок этого (так и неосуществившегося) сборника должен был быть вынесен авторский миф о титане, одновременно объединяющий и ключевые мотивы творчества поэта и творящий новую мифологию.

Следующий авторский сборник – «Пашня танков» (1921) несет в своем названии такую же символическую нагрузку, как и сборник «Под мясной багрянницей». Эти эсхатологические заглавия обобщенно репрезентируют образность, реализованную в стихах, вошедших в обе книги. Революция и гражданская война интерпретируются автором как наступивший апокалипсис, гибель цивилизации и культуры. Однако смысловая аура сборника 1921 года, отраженная в его названии, отражает новую стадию мироощущения М.Зенкевича, новый этап осмысления им исторического процесса.

Так, в одноименном с заглавием сборника стихотворении - «Пашня танков» (1918) – поле брани уподобляется пашне (что реанимирует один из древнейших фольклорных нарративов,. Танки, «орудие» смерти, предстают в осмыслении автора «чудовищными тракторами» и сравниваются с бороной, а материалом для посева соответственно становятся тела убиенных. Зенкевич мифологически трактует этот чудовищный посев как «оплодотворение» земли. Образы танков в этом контексте выполняют роль «мужского» начала, в то время как земля в духе древнейших фольклорных архетипов предстает как женское лоно. Этот лейтмотив, варьирующийся в лирических сюжетах большинства стихотворений сборника, несет в себе идею будущей жатвы», постапокалипсического возрождения, обновления природного бытия и жизни социума:

Сеют пулеметов сеялки –
Полновесные отборные
Человеческих жизней зерна,
Чтоб на жертвах из мертвых лучезарно
Взошли Будущего жатвы...

[1, с. 147]

Следующий авторский сборник - «Пашня танков» (1921) несет в своем названии такую же символическую нагрузку, как и сборник «Под мясной багрянницей». Эти эсхатологические заглавия обобщенно репрезентируют образность, реализованную в стихах, вошедших в обе книги. Революция и гражданская война интерпретируются автором как наступивший апокалипсис, гибель цивилизации и культуры. Однако смысловая аура сборника 1921 года, отраженная в его названии, отражает новую стадию мироощущения М.Зенкевича, новый этап осмысления им исторического процесса.

Так, в одноименном с заглавием сборника стихотворении – «Пашня танков» (1918) – поле брани уподобляется пашне (что реанимирует один из древнейших фольклорных нарративов. Танки, «орудие» смерти, предстают в осмыслении автора «чудовищными тракторами» и сравниваются с бороной, а материалом для посева соответственно становятся тела убиенных. Зенкевич мифологически трактует этот чудовищный посев как «оплодотворение» земли. Образы танков в этом контексте выполняют роль «мужского» начала, в то время как земля в духе древнейших фольклорных архетипов предстает как женское лоно. Этот лейтмотив, варьирующийся в лирических сюжетах большинства стихотворений сборника, несет в себе идею будущей жатвы», постапокалипсического возрождения, обновления природного бытия и жизни социума:

Сеют пулеметов сеялки –
Полновесные отборные
Человеческих жизней зерна,
Чтоб на жертвах из мертвых лучезарно
Взошли Будущего жатвы...

[1, с. 147]

В состав рамочного текста сборников входят и эпитафии, но их количественный состав и смысловая нагрузка различны. В первом и втором сборнике эпитафий относительно много, а вот в третьем их вообще нет.

В «Дикой порфиру» после заглавия книги следуют эпитафические строки: «И в дикую порфиру древних лет / Державная природа облачилась. *Баратынский*» [1, с. 43]. Это отрывок из стихотворения Е.А. Баратынского «Последняя смерть», посвященного видению гибели всего человечества. Природа облачается в «дикую порфиру», то есть возвращается к своему первобытному состоянию. Как отмечают Е.В. Тырышкина и П.А. Чеснялис, мотивы стихотворения Баратынского находят отражение в сборнике Зенкевича, но в то же время автор вступает в имплицитную полемику с классиком: если у Баратынского природа пассивна, то у Зенкевича – «потенциально опасна» [10, с. 118].

Следующий эпитаф в сборнике встречается в стихотворении «Танец магнитной иглы» – ему предпослана строка из стихотворения Ф.И. Тютчева, написанного на французском “Un ciel lourd que la nuit bien avant l’heure assiège...” [1, с. 46] («Безвременная ночь восходит безнадежно...» в переводе В.Я. Брюсова). Строка “Le rôle attire à lui sa fidèle cité...”, выбранная Зенкевичем в качестве эпитафа, – последняя в стихотворении Тютчева. Дословно она переводится как «Полус притягивает к себе свой верный город» («О полюс! – город твой влечется вновь к тебе!» в переводе В.Я. Брюсова), и этот образ завершает описанную Ф.И.Тютчевым фантазмагорию зимы и льда. В стихотворении Тютчева описан северный город, в котором узнаются черты Петербурга: гранитные набережные, замерзающая река и замерзающее море. Однако в последней строке переводчик отходит от оригинала, меняя направление движения: в тексте Тютчева полюс притягивает к себе город, а у Брюсова – город влечется к полюсу.

У Зенкевича в «Танце магнитной иглы» описывается именно Петербург – упомянуты река Нева и декабристы, стоявшие у сената. При этом в первой же строфе присутствует двусмысленный оборот, который при восприятии текста на слух может иметь одно значение, а при визуальном восприятии – другое:

Этот город бледный, венценосный,
В скользких и гранитных зеркалах,
Отразил Владыку силы косной –
Полнос и Его застывший прах.

[1, с. 46]

Написание «Его» с прописной буквы предполагает отсылку к Богу – однако в синтаксической структуре фразы местоимение «его» теоретически должно относиться к последнему упомянутому объекту мужского рода – то есть к полюсу. Помимо этого, образ «Его» в стихотворении явно отрицательный – «Он» назван «владыкой силы косной», «Он» «лед бесплодный кровью оросил» и т.д. В то же время «Его» лик явлен «венцом лучей». Во всех строчках стихотворения, где используется местоимение «он», написанное с прописной буквы, это слово также может быть отнесено к полюсу: «Он» повелевает магнитом и управляет стрелкой компаса и пр.

Стихотворение «Танец магнитной иглы» входит в мини-цикл «Два полюса» и является в нем второй частью. Первая – стихотворение «Магнит», не имеющее эпиграфа, в котором образ полюса также анимализируется, изображается как живое существо. Два стихотворения в комплексе создают образ одушевленного полюса, некоего сверхъестественного существа, управляющего жизнью людей. Контексты использования местоимения «Он», написанного с заглавной буквы, не позволяют однозначно истолковать образ полюса как образ Бога, но также и как образ дьявола – в нем соединены как положительные, так и отрицательные черты. Образ полюса-живого существа вдохновлен стихотворением Ф.И. Тютчева, в котором впервые возникает мысль о притягивающем, влекущем полюсе-магните. Зенкевич расширяет и переосмысливает этот образ, наделяя его амбивалентностью и вступает в межтекстовый диалог не только с Тютчевым, но и с его переводчиком – Брюсовым.

Следующий эпиграф, используемый в «Дикой порфире», - это фрагмент строки из стихотворения Эмиля Верхарна “La louange du corps humain” («Похвала человеческому телу»), предпосланный стихотворению «Радостный мир» [1, с. 57]. Зенкевич использует вторую половину одиннадцатой строки “Elle apparait debout comme un thyrses de chair” («Она возникает, словно тирс из плоти»).

Оригинальное стихотворение Верхарна представляет собой воспевание красоты женского тела – поэт восхищается им и сравнивает красоту девушек с шпалерами, лодками, кустами роз и драгоценными камнями.

У Зенкевича также присутствует восхищение телом, однако он любит не внешней красотой, а внутренними, физиологическими процессами: в стихотворении описывается «алое мясо и розовый жир», «слизистые ткани», «полчища жадных бактерий» и пр.

Как видно по двум франкоязычным эпитафиям, Зенкевич указывает на вдохновивший его образ, однако разворачивает его принципиально в ином ключе, противопоставляя акмеистическую трактовку – символистской. Первый эпитафия взят из творчества Ф.И. Тютчева, которого символисты считали своим предшественником, второй – из символиста Верхарна. Третий эпитафия в сборнике поэт берет из творчества Вяч. Иванова: стихотворение «К Агуре-Мазде» сопровождается строкой «Ты красной волей ярко властен», взятой из стихотворения Иванова «Рубин» [1, с. 60].

В стихотворении «К Агуре-Мазде» минимально проявляют себя характерные для Зенкевича телесные, физиологические мотивы, однако и в этом тексте они присутствуют в качестве своеобразного межтекстового диалога с эпитафией из стихотворения символиста: сложной цепочке символов Иванова Зенкевич противопоставляет телесную жертву погребального костра:

Мой тлен твоим стихиям сладок! –

Я им тебя не загрязню, –

Лишь вспыхну разложением радуг,

Приблизясь к твоему огню.

[1, с. 61]

Последний эпитафия, используемый в «Дикой порфире», взят из поэзии И. Анненского – стихотворение «Сумрак аметистов» названо цитатой из стихотворения Анненского «Аметисты» и сопровождается строкой «Холодный сумрак аметистов...» в качестве эпитафия. При этом, если в поэтике Анненского сумрак аметистов ассоциируется с слиянием любящих душ, то для Зенкевича он воплощает тлен и остановку мира, смерть. Как и в предыдущих случаях использования эпитафий, представлен межтекстовый диалог: Зенкевич как бы

отвечает тому поэту, из творчества которого взят эпитафия, отзывается на его текст – своим текстом. «Сумрак аметистов» назван по тому же принципу, что и весь сборник – цитата из стихотворения вынесена в заглавие и продублирована в эпитафии, а сам текст представляет собой поэтическую полемику с автором эпитафии.

В сборнике «Под мясной багрянцей» представлен только один эпитафия: стихотворению «Посаженный на кол» предпослан эпитафия из А.С. Пушкина «На кольях, скорчась, мертвецы / Оцепенелые чернеют...» – две строки из стихотворения «Какая ночь! Мороз трескучий...». У Пушкина описывается картина ночной площади после казни: кровь, разрубленные трупы, груды костей и пр. Зенкевич в «Посаженном на кол» акцентирует внимание на процессе протекания казни, и смерть сравнивается с рождением:

Два раза пел крикливый муэдзин
И медленно, как голова ребенка,
Все разрывая, лез осклизлый клин
И разрыхляла к сердцу путь воронка.

[1, с. 93]

В данном случае представлена уже не полемика с символическим осмыслением образа, а перенесение его в новые реалии революционной эпохи.

В состав рамочного текста сборников входят также посвящения, причем стратегия авторской адресации в каждом случае также имеет свою специфику. Посвящения, предпосланные стихотворениям «Дикой порфиры», адресованы А.Ахматовой, Н. Гумилеву и Г.П. Федотову – и отсылают к «Цеху поэтов» и конкретным ситуациям из биографии или круга интересов адресата. В сборнике «Под мясной багрянцей» посвящения связаны уже с личными обстоятельствами жизни автора и расширяют семантическое поле текста.

Так, стихотворение «Проводы Солнца», открывающее одноименный раздел, адресовано «Памяти брата Сергея, павшего в бою 20 августа 1915 г.». Смерть юноши противопоставлена закату Солнца: Солнце вернется новой зарей, а человек уже никогда. Основные темы раздела «Проводы Солнца» – мировая

война и революция. Соединение в одном комплексе заголовка раздела, заголовка стихотворения и посвящения погибшему на фронте брату задает вектор восприятия этих программных стихотворений – автор переживает личную трагедию, но воспринимает войну, революцию и многочисленные смерти как рождение новой жизни, новой эпохи.

Помимо посвящений современникам, в текстах стихотворений «Дикой порфиры» присутствуют также жанровые ориентиры и указания на первоисточники переводов. Стихотворения «Тени» и «Валгалла» снабжены подзаголовком «сонет», а стихотворения «Сон ягуара» и «Утренние сумерки» – указанием на автора оригинального текста, Леконта де Лиля и Шарля Бодлера соответственно.

Подзаголовок «сонет», привлекающий внимание к форме стихотворения, активизирует акмеистское внимание именно к форме, к «сопротивлению материала», которым особенно дорожил Н.С. Гумилев. Отмечая для читателя строгое соблюдение формы сонета, Зенкевич акцентирует следование классической традиции.

Отметка об оригинальном источнике стихотворения, внесенная Зенкевичем в два его перевода, указывает на первоисточник и привлекает внимание к межтекстовому диалогу с оригиналом. Переводы Зенкевича в обоих случаях достаточно точны как по смыслу, так и по форме, и значимо скорее само обращение к интересующим автора мотивам крови, мяса, физиологических процессов, которые были также представлены и в творчестве великих поэтов. Тем самым показана та «тоска по мировой культуре», которую в акмеизме видел Осип Мандельштам. Помимо этого, обращение к образу ягуара, безусловно, является отсылкой к творчеству Н.С. Гумилева, для которого этот образ был чрезвычайно важен.

В книге «Под мясной багряницей» жанровые подзаголовки, также как и указания на возможные источники собственных текстов, отсутствуют, что, наряду с включением в него всего лишь одного эпиграфа, вероятно, свидетельствует о большей творческой свободе автора, первый сборник которого был весьма благосклонно встречен критикой, и который уже не

чувствовал насущной необходимостью подчеркивать следование определенной литературной традиции.

Кратко подытожим результаты наших изысканий:

1. Заглавия трех рассмотренных книг и самих стихотворений формируют логику прочтения каждой из них как сверхтекста. Именно заглавия стихотворений задают восприятие сборника как архитектурного единства. Совокупность заглавий является своеобразным костяком авторской мысли, на которую уже надевается плоть отдельных стихотворений. Примечательно, что заглавия в «Дикой порфире» (1912) при всей их акмеистической «телесности» не являются эпатажными и выполняют функцию указателя на смысловую стержень произведения. Во втором сборнике – «Под мясной багрянницей» – заглавия создают авторский апокалипсический миф, коррелирующий с аналогичными мифами в творчестве Н. Гумилева, О. Мандельштама и А.Ахматовой времени 1-й Мировой войны и революции. Рама «Пашни танков» (1921) отражает уже постапокалипсическую модель бытия, реализованную в в подтекстах едва ли не в каждого стихотворения сборника. Ужасающие, трагические картины оказываются залогом рождения новой жизни, очищенной и как бы искупленной жертвами, приносимыми в настоящем.

2. Эпиграфы стихотворений «Дикой порфиры» и сборника в целом используются как инструменты межтекстового диалога и берутся автором из творчества символистов либо близких им по духу авторов XIX века. Во всех случаях использования эпиграфа представлены переосмысление образа исходного текста в акмеистическом ключе, скрытая полемика с его символистским прочтением. В «Под мясной багрянницей» представлен только один эпиграф, функция которого – придать описываемой в стихотворении картине казни широкий эпический охват.

3. Посвящения, предпосланные стихотворениям «Дикой порфиры», адресованы конкретным людям, современникам автора, и отсылают к «Цеху поэтов» и конкретным ситуациям из биографии или круга интересов адресата. В сборнике «Под мясной багрянницей» посвящения связаны уже с личными обстоятельствами жизни автора.

4. Жанровые подзаголовки призваны привлечь внимание к соблюдению закономерностей формы, высоко ценившемуся в акмеизме. Это связь с мировой культурой, традицией классической формы сонета, нашедшей воплощение в поэзии Зенкевича. Отсылка к оригинальным текстам, перевод которых выполнен автором, также представляет собой связь с мировой традицией освещения ключевых мотивов творчества Зенкевича: описания «раблезианской» физиологичности, крови и мяса. Привлекая стихи Леконта де Лиля и Бодлера, автор указывает на определенную преемственность своего творчества.

5. В целом, рама текста подчеркивает эволюцию творчества М.А.Зенкевича: от ранних установок акмеизма в «Дикой порфире» автор переходит к позднеакмеистическим – апокалипсическим и постапокалипсическим установкам, повторяя тот же путь, который проходят его собратья по акмеистическому цеху.

Список литературы

1. Зенкевич М. Сказочная эра: Стихотворения. Повесть. Беллетристические мемуары / Сост., подгот. текста М. Зенкевича. – М.: Школа-Пресс, 1994. – 688 с.

2. Игошева Т. Роман М. А. Зенкевича «Мужицкий сфинкс»: о семантике заглавия // Русский модернизм и его наследие: коллект. моногр. в честь 70-летия Н. А. Богомолова / под ред. А. Ю. Сергеевой-Клятис, М.Ю.Эдельштейна. – М.: Новое литературное обозрение, 2021. – С. 381–402.

3. Кихней Л.Г., Полтаробатько Е.Д. Телесный код в поэзии акмеизма. – М.: ИМПЭ им. А.С. Грибоедова, 2014. – 156 с.

4. Кихней Л.Г. Эсхатологические мифы В. Нарбута и М. Зенкевича // Анна Ахматова: эпоха, судьба, творчество. Крымский Ахматовский научный сборник. Вып. 6. – Симферополь: «Крымский архив», 2008. – С.192–203.

5. Куликова Е.Ю. О «морском voyage de pose» («На “Титанике”» М.Зенкевича) // *Studia Rossica Posnaniensia*. – 2012. – Т. 37. – С. 139–150.

6. Лекманов О.А. Красное и золотое. О книге М. Зенкевича «Дикая порфира» // *Вопросы литературы*. – 1999. – № 4. – С. 302–319.

7. *Лекманов О.А. О трех акмеистических книгах. М. Зенкевич. В.Нарбут. О. Мандельштам. – М.: Intrada, 2006. – 124 с.*
8. *Лекманов О. А. Николай Гумилев и левые акмеисты: новые и малоизвестные материалы // Николай Гумилев: электронное собрание сочинений. Разд. 8. О Гумилеве. – URL: <https://gumilev.ru/about/pn/2/> (дата обращения: 26.08.2021).*
9. *Миңц Б.А. Зенкевич и Мандельштам: образные переключки и проблема поэтического мироощущения // Литературный процесс в России от эпохи модерна к эпохе авангарда: Новые материалы. Исследования поэтики. – СПб.: Филологический факультет СПбГУ, 2013. – С. 40–48.*
10. *Тырышкина Е.В., Чеснялис П.А. Эстетика адамизма: лирика М.Зенкевича 1910-х годов / Е.В. Тырышкина, П.А. Чеснялис. // Идеи и идеалы. – 2017. – № 3 (33). – С. 117–131.*
11. *Филатов А.В. Мифопоэтические стратегии акмеистов: аксиологический аспект (Н.С. Гумилев, С.М. Городецкий, О.Э. Мандельштам): Дис. ... канд. филол. н. – М.: МГУ им. М.В. Ломоносова, 2020. – 322 с.*
12. *Чевтаев А.А. Репрезентация женского начала в преакмеистической поэзии М. Зенкевича // Текст, контекст, интертекст: Сборник научных статей по материалам Международной научной конференции «XV Виноградовские чтения» / Отв. ред. И.Н. Райкова. – М., 2019. – С. 228–236.*
13. *Чевтаев А.А. «Гимны к матери» М. Зенкевича: художественная онтология и эсхатологический миф // Духовно-нравственные основы русской литературы. – Кострома: Костромской государственной университет, 2020. – С. 84–89.*
14. *Чеснялис П.А. Эстетика и поэтика адамизма в ранней лирике В.Нарбута и М. Зенкевича: Дисс. ... к.ф.н. – Новосибирск, 2015. – 149 с.*

**ЭТИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСА:
ПРИЧИНЫ НАРУШЕНИЯ И ПУТИ ИХ УСТРАНЕНИЯ**

Н.А. Ларина, Московский университет им. А.С. Грибоедова, Москва, Россия

Д.А. Мичурина, Московский университет им. А.С. Грибоедова, Москва, Россия

**THE ETHICAL COMPONENT OF ADVERTISING DISCOURSE: THE
CAUSES OF VIOLATION AND WAYS TO ELIMINATE THEM**

N.S. Larina, Moscow University of A.S. Griboyedov, Moscow, Russia

D.A. Michurina, Moscow University of A.S. Griboyedov, Moscow, Russia

Аннотация. Обязательность анализа содержания рекламного контента с точки зрения соблюдения этических норм обеспечивает правильное восприятие содержания рекламного сообщения и позволяет избежать штрафов и санкций со стороны органов власти, что возможно только при наличии соответствующих компетенций участников рекламного рынка. Статья посвящена формированию компетенций, как общих, так и узкопрофессиональных, обязательных для специалиста по рекламе и связям с общественностью при осуществлении профессиональной деятельности, а также последствиям пренебрежения этическими нормами.

Ключевые слова: этические аспекты, содержание, законодательство, реклама, PR.

Abstract. The mandatory analysis of the content of advertising content from the point of view of compliance with ethical standards ensures the correct perception of the content of the advertising message and avoids fines and sanctions from the authorities, that is possible only if the participants of the advertising market have the appropriate competencies. The article is devoted to the competencies, both general and narrowly professional, mandatory for a specialist in advertising and public relations in the implementation of professional activities, as well as the consequences of neglecting ethical standards.

Key words: ethic aspects, violations, content, regulation, advertising, PR.

E-mail: larina-n-a@mail.ru; d-mich2007@yandex.ru

В повседневной жизни мы постоянно сталкиваемся с рекламой визуального и аудиального характера. Рекламные сообщения различного содержания печатаются в СМИ, транслируются по радио и телевидению, заполняют интернет-пространство. Аудитория рекламных сообщений – люди различных возрастов, национальностей, цвета кожи, вероисповеданий. Именно поэтому при создании рекламного контента важно соблюдение норм этики и морали.

В данной статье мы рассмотрим характер нарушений, затрагивающих проблему этической составляющей рекламных сообщений, а также проведем анализ образовательных стандартов, лежащих в основе формирования соответствующих компетенций специалистов по рекламе.

Перед авторами стоит научно-исследовательская задача – определить набор компетенций, которые влияют на сознание специалиста по рекламе и формируют нравственные ориентиры, позволяющие создавать рекламный контент, который не задевает чувства потенциальной аудитории.

Целью статьи является выработка предложений по совершенствованию профессиональных компетенций специалистов по рекламе и связям с общественностью в области соблюдения норм языковой культуры и профессиональной этики.

Рассмотрение рекламного контента с точки зрения этичности его содержания во взаимосвязи с формированием личностных компетенций специалиста по рекламе позволит под новым углом взглянуть на содержание образовательных и профессиональных стандартов.

Базовой составляющей любого рекламного сообщения является текст. В этой связи, специалист по рекламе, безусловно, должен обладать высоким уровнем развития лингвистической и коммуникативной компетенций, иметь представление о «соответствии используемых им в речи языковых единиц нормативному, коммуникативному и этическому аспектам культуры речи» [2, с. 33].

Высокий уровень владения языком позволит специалисту составлять успешные рекламные тексты, в которых «языковые единицы приобретают новый смысл, выполняя новые текстообразующие функции» [1, с. 322], что является залогом их эффективного воздействия на целевую аудиторию.

Несоответствие текста рекламного сообщения нормам этики имеет различную этиологию. Самым распространенным нарушением является использование эротических образов и выражений, сюда же мы включаем нецензурную игру слов. Другой большой группой является дискриминация людей по расовому или любому

другому признаку (полу, возрасту, роду занятий), а также оскорбление религиозных чувств, других убеждений, чести и достоинства.

Не всегда оценка «этичности» содержания рекламного сообщения бывает однозначной. В качестве примера приведем рекламную компанию бренда одежды “Sela”, проводящуюся под лозунгом «Лучшая мама для своего монстра». Дело в том, что упомянутый лозунг в связи с особенностями написания и восприятия в русском языке может вызывать неоднозначное понимание у потребителей рекламы. Слово «монстр» в данном случае употреблено без кавычек, что соответственно ведет к негативному восприятию детей в целом у части аудитории и ассоциированию их с монстрами.

Компания Sela – международный бренд и описанная выше ситуация, по нашему мнению, возникла из-за отсутствия адаптации английского слогана «Moms and monsters» к нормам восприятия слов и выражений русскоязычной аудиторией при переводе.

Кроме того, данный слоган содержит признаки дискриминации потребителей по признаку пола, так как обращен только к женщинам. В этой связи интересен комментарий представителя бренда: «После размещения поста в Instagram в связи с открытием нового магазина в ответ на слоган moms&monsters поступил комментарий с предложением создать альтернативную концепцию «Dads&Princesses». Это очень смешно, но, наверно, пока не жизнеспособно. Конечно, мы не забываем о наших мужчинах и даже предлагаем специальные лимитированные коллекции для пап и детей» [3].

Качество рекламного контента во многом зависит от уровня компетенций специалиста по рекламе. Сегодня они формируются на основе образовательного стандарта ФГОС 42.03.01 для подготовки специалистов по рекламе и связям с общественностью.

Среди основополагающих компетенций бакалавра и магистра выделяют формирование разнообразных приемов поиска, анализа и синтеза информации, умение работать в команде, знание правовых норм и др. К общим профессиональным компетенциям разработчики документа отнесли

необходимость учитывать в работе правовые и этические нормы регулирования, а также социальные последствия своей деятельности. Кроме того, законодатели предусмотрели, что при разработке образовательных программ за ВУЗом остается право формировать профессиональные компетенции выпускников на основе профессиональных стандартов, которые, к сожалению, также в целом не учитывают этические аспекты, рекламных сообщений за исключением web-этикета, применение которого является обязательным при модерировании обсуждений на сайте, в форуме и социальных сетях.

В целях обеспечения создания качественного контента, повышения общей культуры рынка рекламы сегодня специалист по рекламе должен обладать в качестве базовых компетенций не только высокими моральными принципами, широким кругозором в части вероисповедания, особенностей гендерного равенства, соблюдения правил расового равноправия, но и знанием законодательных основ ведения рекламной деятельности в России, а также профессиональных этических норм, разработанных саморегулируемыми организациями, действующими в этой области. Формирование этического сознания у будущих бакалавров и магистров в области связей с общественностью и рекламы должно стать одним из ключевых пунктов подготовки в вузах.

В условиях ВУЗа профессионально-этическое образование будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью должно представлять собой «целенаправленный процесс усвоения знаний, умений и навыков, которые обуславливают развитие морального сознания и самосознания, других субъектных качеств личности, в частности, моральной мотивации служебной деятельности, саморегулирование профессионального поведения в соответствии с требованиями профессиональной этики» [5, с. 32]. При этом ключевым моментом формирования у будущих бакалавров и магистров в области связей с общественностью и рекламы профессионально-этических компетенций является единство логики, моральной аргументации и поведенческой практики [4, с. 123].

Учитывая тот факт, что на российском рекламном рынке присутствуют не только отечественные, но и рекламные слоганы, созданные за рубежом, наличие

представления об европейских и международных кодексах этики рекламной отрасли позволит избежать различных «казусов» при переводе текстов зарубежных авторов.

Формирование четких требований к специалистам по рекламе и связям с общественностью в федеральных образовательных стандартах и профессиональных стандартах должно стать основой для сокращения количества неэтичных, недобросовестных и вводящих в заблуждение рекламных сообщений.

В формировании мировоззрения, равно как и личностных компетенций большая роль отводится воспитанию. В этой связи, заслуживающей одобрения и поддержки, на наш взгляд, представляется инициатива Управления ФАС по Ярославкой области. Чиновники предложили провести конкурс под названием «Охота за незаконной рекламой» [6]. По условиям конкурса участникам необходимо самостоятельно выявить нарушение в любом виде рекламы и указать, какое положение ФЗ «О рекламе» было нарушено. Результат экспертизы предлагается отправить по электронной почте или принести в распечатанном виде в региональное отделение УФАС. В качестве награды призерам конкурса будут выписаны грамоты и вручены призы от УФАС по Ярославской области.

Таким образом, обобщая все вышесказанное, подчеркнем, что этическая составляющая рекламного дискурса играет важную роль в содержании рекламного контента, что учитывается требованиями ФГОС 42.03.01 по формированию профессиональных компетенций специалистов по рекламе и связям с общественностью.

Список литературы

1. Дубова М.А., Ларина Н.А. Формирование навыков анализа художественного текста // Мир науки, культуры, образования. – 2019. – № 4 (77). – С. 322–324.

2. Дубова М.А., Ларина Н.А. Формирование речевой культуры студента путем развития читательской компетенции // Мир образования – образование в мире. – 2018. – № 4 (72). – С. 32–37.

3. Жукова О. Миланович А. Никаких «мамочек и монстриков», только мамы и монстры. Но монстры, безусловно, любимые. / *New retail*. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://new-retail.ru/persony/sela_anna_milanovich_nikakikh_tamochek_i_monstrikov_tolko_mamy_i_monstry_no_monstry_bezuslovno_lyubi4989/.

4. Малютина Е.Л. Государственные служащие: формирование профессионально-этических компетенций // *Педагогическое образование и наука*. – 2018. – №2. – С. 123 – 126.

5. Малютина Е.Л. Профессионально-этическое образование будущих государственных служащих в вузе // *Педагогическое образование и наука*. – 2014. – №6. – С. 32 – 34.

6. Управление ФАС по Ярославской области // <https://1yar.tv/article/ufas-podklyuchilo-studentov-k-ohote-za-nezakonnoy-reklamoy/>

УДК 378.147-056.262:811.112.2(045)

ББК 74.484.4:81.2Нем

**ОБУЧЕНИЕ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ СТУДЕНТОВ С
ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ ПО ЗРЕНИЮ НА
БАЗЕ СЕВЕРНОГО (АРКТИЧЕСКОГО) ФЕДЕРАЛЬНОГО
УНИВЕРСИТЕТА**

*Т.В. Лубенцова, Северный (Арктический) федеральный университет
им. М.В. Ломоносова, г. Архангельск, Россия*

*Е.В. Степырева, Северный (Арктический) федеральный университет
им. М.В. Ломоносова, г. Архангельск, Россия*

**TEACHING A FOREIGN LANGUAGE TO STUDENTS WITH VISUAL
DISABILITIES AT THE NORTHERN (ARCTIC) FEDERAL UNIVERSITY**

T.V. Lubentsova, Northern (Arctic) Federal University, Arkhangelsk, Russia

E.V. Stepyreva, Northern (Arctic) Federal University, Arkhangelsk, Russia

Аннотация. В данной статье описывается опыт инклюзивного обучения немецкому языку студентов с ограниченными возможностями здоровья по зрению в Северном (Арктическом) федеральном университете им. М.В. Ломоносова, рассматриваются возможности технического обеспечения учебного процесса, методические особенности

организации аудиторных занятий, условия социализации слабовидящих и слепых обучающихся. Представлены возможности Ресурсного центра инклюзивного образования на базе Северного (Арктического) федерального университета.

Ключевые слова: инклюзивное образование, обучение немецкому языку, студенты с ограниченными возможностями по здоровью по зрению.

Abstract. This article describes the experience of inclusive teaching of the German language to students with visual disabilities at the Northern (Arctic) Federal University named after M.V.Lomonosov, examines the possibilities of technical support of the educational process, methodological features of the organization of classroom classes, conditions for the socialization of visually impaired and blind students. The possibilities of the Resource Center for Inclusive Education on the basis of the Northern (Arctic) Federal University are presented.

Key words: inclusive education, teaching German language, disabled (blind and visually impaired) students.

E-mail: t.lubentsova@narfu.ru; e.stepyрева@narfu.ru

В современной модели образования инклюзивное обучение занимает важное место и предъявляет серьезные требования для создания комфортных условий и доступа к получению высшего образования всех категорий студентов, в том числе студентов с ограниченными возможностями здоровья.

Право на образование, закрепленное в Конституции Российской Федерации и отраженное в Федеральном законе № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» требует обеспечения условий для реализации принципа равенства в получении образования инвалидами и лицами с ОВЗ путем инклюзивного образования на всех уровнях обучения [5].

Как справедливо отмечает Н.М. Назарова, инклюзивное обучение должно обеспечить студенту с ОВЗ вхождение (интеграцию) в общество и полноценное участие в социальной и профессиональной жизни, что означает предоставление ему прав и реальных шансов участвовать во всех видах и формах не только академической деятельности, но и в профессиональной и социальной жизни наравне и во взаимодействии с другими людьми [1].

В соответствии с приказом Министерства образования и науки Российской Федерации №2211 от 30.12.2010 г. Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова определен как базовое образовательное учреждение высшего образования, обеспечивающее условия для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в Северо-Западном федеральном округе [2].

Исходя из вышеизложенного, перед преподавателями вуза встает целый ряд задач по организации качественного учебного процесса, включая организацию и проведение аудиторных занятий, так и продуманность форм контроля студентов с ОВЗ. Не менее важным является создание комфортных условий, при которых обучающийся с ОВЗ успешно интегрируется в группу студентов и взаимодействует с одногруппниками.

В сентябре 2022 года на направление подготовки 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки) «Иностранный язык (первый язык) и Иностранный язык (второй язык)» была зачислена студентка с ОВЗ (с полной потерей зрения). Студентка изучает в вузе в качестве первого иностранного языка – немецкий язык. При этом следует отметить, что немецкий язык студентка изучает с нулевого уровня, т.к. ранее в школе изучала только английский язык, изучение которого она продолжит на 3 курсе в качестве второго иностранного языка. В данной связи преподавателями были поставлены следующие задачи:

- 1) Проанализировать учебные материалы на предмет возможности их использования при работе со студентами с полной потерей зрения;
- 2) Продумать систему домашних заданий и способов их проверки;
- 3) Разработать формы текущего и итогового контроля полученных знаний;
- 4) Изучить технические возможности Ресурсного центра инклюзивного образования Северного (Арктического) федерального университета;
- 5) Найти электронные ресурсы для решения поставленных задач;
- 6) Создать благоприятные условия для адаптации к новым условиям обучения и социализации студентки с ОВЗ со своими однокурсниками.

Большую помощь в организации процесса обучения оказал Ресурсный центр инклюзивного образования при Северном (Арктическом) федеральном университете имени М. В. Ломоносова, целью деятельности которого является психолого-педагогическое сопровождение инклюзивного образования обучающихся с ограниченными возможностями здоровья в САФУ [3]. В распоряжении центра находится тифлотехника, адаптирующая зрительную информацию и позволяющая сделать ее доступной для слабовидящих и слепых обучающихся. Ресурсный центр дает студентам с ОВЗ по зрению возможность

использовать такую тифлотехнику как лупы, видеоувеличители, тифлокомпьютер, портативный тифлоплеер, тифлопринтер, брайлевские дисплеи и другие технические устройства.

Во временное пользование студентке с ОВЗ по зрению был предоставлен брайлевский дисплей – устройство ввода, подключаемое к компьютеру или мобильному устройству через USB или Bluetooth и предназначенное для перевода текстовой информации в рельефный шрифт Брайля. Установленные на компьютере программы считывают информацию с экрана монитора пользователя и преобразуют цифровую информацию в устную речь. Специализированные синтезаторы речи воспроизводят информацию с экрана, распознают язык и произносят текст в соответствии с правилами чтения данного языка. Используя наушники, студентка воспринимает информацию на слух, что позволяет ей автономно работать с учебными пособиями. Однако трудности могут возникнуть при необходимости одновременно с прослушиванием текста воспринимать объяснения преподавателя [4, с. 166]. Преимущество данного устройства состоит в том, что оно выводит информацию с экрана на дисплей Брайля в виде рельефных знаков, и студентка может считывать информацию тактильно, что существенно облегчает работу, так как не приходится одновременно концентрироваться на воспроизводимом тексте и на речи преподавателя. Таким образом помимо тетради для письма по Брайлю на занятиях студентка с ОВЗ по зрению использует Брайлевский дисплей, что, как отмечает сама студентка, значительно помогает ей в изучении немецкого языка, увеличивает скорость письма и дает возможность запоминать правописание слов, чего не может дать озвучивающая программа.

В ходе аудиторного занятия студентка с ОВЗ по зрению, как и остальные студенты учебной группы, выполняет задания и упражнения, отвечает на вопросы преподавателя, при введении нового учебного материала делает записи в тетради для письма Брайля. При этом необходимо четко проговаривать выполняемые задания, а незнакомую лексику рекомендуется диктовать по буквам. Объяснение сложного, объемного материала можно записать дополнительно аудиофайлом. В этом случае у студентки будет возможность прослушать аудиофайл с пояснениями многократно, при необходимости самостоятельно повторить материал. Во время выполнения письменных работ преподаватель диктует задания, студентка

выполняет их с помощью клавиатуры Брайля и отправляет файл на проверку по электронной почте. После проверки письменных работ студентка получает комментарий текстовым сообщением или аудиофайлом. Итоговые контрольные работы, экзаменационные материалы для удобства могут быть заранее переведены в систему Брайля. Для этого можно отправить в Ресурсный центр необходимые аттестационные материалы для перевода их в доступный для студентки формат, чтобы она могла выполнять задания не под диктовку, а неспеша в своем темпе.

Важным представляется социальный аспект адаптации студентов с ограниченными возможностями здоровья. Необходимо давать им возможность принимать участие в конференциях и других мероприятиях, проводимых вузом, активно включать их в жизнь университета. Следует отметить, что студентка довольно быстро социализировалась в студенческом коллективе. Во многом это связано с ее личными качествами, будучи довольно открытым, контактным человеком ей без особого труда удалось влиться в новый коллектив группы. Однако и студенты учебной группы, в которой учится студентка с ОВЗ по зрению, оказались очень отзывчивыми, доброжелательными, во всем стараются помочь, сопровождают её на переменах, с готовностью работают в паре и в группе с ней.

Обучение студентов с нарушениями зрения в вузе требует системного подхода и предполагает не только создание ряда условий, включающих в себя необходимость оборудования специальной эргономической среды в вузе, доступность специализированных технических средств, но и готовность преподавателя учитывать психологические особенности лиц с нарушениями зрения, понимать специфику подачи учебного материала. Учет этих особенностей в комплексе обеспечивает успешную адаптацию учащихся с ограниченными возможностями здоровья по зрению.

Список литературы

1. Назарова Н.М. Системные риски развития инклюзивного и специального образования в современных условиях // *Специальное образование*. 2012. Вып. 3. С. 6–12.
2. Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации №2211 от 30.12.2010 [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

https://www.cspu.ru/sveden/files/prikaz_minobrнауки_rf_ot_30_12_2010_n_2211_o_bazovyh_obrazo.pdf

3. Региональный ресурсный центр инклюзивного образования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://narfu.ru/inclusive-education/>

4. Романович М.Ю., Щербакова Н.В. Обучение иностранному языку лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению в условиях лингвистического вуза // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Образование и педагогические науки. Вып. 2 (839) – М., 2021. – С. 160–169.

5. Федеральный закон от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://base.garant.ru/77308190/>

УДК 82-3
ББК 83.3

«ВЕЧНЫЙ» КОНФЛИКТ «СТАРОГО И НОВОГО» В МИСТИЧЕСКОМ РОМАНЕ А. ИВАНОВА: К РЕЦЕПЦИИ ПОЗДНЕГО МАНДЕЛЬШТАМА В СОВРЕМЕННОЙ ПРОЗЕ

Т.Л. Павлова, Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС», Московский университет имени А.С. Грибоедова, Москва, Россия
А.Г. Сильчева, Московский университет имени А.С. Грибоедова, Москва, Россия

“ETERNAL” CONFLICT OF “OLD AND NEW” IN A. IVANOV'S MYSTICAL NOVEL: TO THE RECEPTION OF LATER MANDELSHTAM IN MODERN PROSE

T.L. Pavlova, National Research Technological University “MISiS”; Moscow University named after A.S. Griboedova, Moscow, Russia
A.G. Silcheva, Moscow University named after A.S. Griboedova, Moscow, Russia

Аннотация. В статье рассматривается аллюзия к известному стихотворению О.Э. Мандельштама в тексте романа Алексея Иванова «Сердце пармы», через которую проявляет себя конфликт старого и нового. Аллюзия скрыта автором, и ключом к ней оказывается сцена превращения человека в волка. Через образную канву стихотворения Мандельштама

прочитывается один из центральных образов романа – княжич Матвей, воплощающий собой новое поколение, детей, которым предстоит наследовать своим отцам. В отсылке к поэзии Серебряного века также проявляет себя постмодернистская составляющая текста «Сердца пармы».

Ключевые слова: Алексей Иванов, Мандельштам, «Сердце пармы», конфликт, мистический реализм, аллюзия.

Abstract. The article deals with an allusion to the famous poem by O.E. Mandelstam in the text of Alexei Ivanov's novel "The Heart of Parma", through which the conflict between the old and the new manifests itself. The allusion is hidden by the author, and the scene of the transformation of a man into a wolf turns out to be the key to it. Through the figurative canvas of Mandelstam's poem, one of the central images of the novel is read – Prince Matvey, who embodies a new generation, children who will inherit their fathers. In reference to the poetry of the Silver Age, the postmodern component of the text "Heart of Parma" also manifests itself.

Keywords: Alexey Ivanov, Mandelstam, "Heart of Parma", conflict, mystical realism, allusion.

E-mail: pavlova-sizykh@yandex.ru; alinka-krasulka@mail.ru

Популярный роман Алексея Иванова «Сердце пармы», в 2022 году ставший основой для одноименного фильма Антона Мегердичева, представляет собой образец русского магического реализма, как убедительно доказано Д.В. Мосовой [5]. Магическая, чудесная составляющая переплетается в романе с историческим началом [3], маркером магического становятся герои, наделенные магической силой [5, с. 87]. Углубляя и расширяя тему магического в романе, рассмотрим мотив превращения человека в животного, реализованный как в тексте, так и в кинематографической интерпретации романа, и при этом играющий важную роль и в интертекстуальном слое «Сердца пармы».

Тема превращения человека в животного и наоборот – животного в человека – красной нитью проходит через весь мир романа «Сердце пармы». Так, супруга князя Михаила Тичерть обладает способностью превращаться в рысь: «Да следы-то ее в парме из человеческих стали... стали рысьи. Не поймать нам ее. Не человек она. Ламия» [1, с. 129]. Ведьму (экву) Солэ защищают волки, обладающие способностью превращаться в людей: «Под камнем, где лежал убитый вогул, теперь валялся мертвый волк с двумя стрелами в спине. Матвей, обомлев, не верил своим глазам. Подошел Калина.

– А там, на горе, небось другой волк с расколотой башкой, – сказал он. – А в ельнике – третий, с перерезанным горлом» [1, с. 483].

Волки, превратившиеся в людей, а после смерти – снова в волков напали на княжича Матвея и его спутника Калину после того, как он вслух назвал Солэ

ведьмой. Этому предшествует сцена, когда защитники Солэ – волки – нападают на Матвея: «Один из волков прыгнул Матвею на спину и сбил с ног. ... Волк все еще стоял передними лапами на спине распластанного Матвея» [1, с. 463].

В данной сцене, помимо явных примет магического реализма, по нашему мнению, присутствует значимая в контексте «Сердца пармы» аллюзия к строкам О.Э. Мандельштама:

За гремучую доблесть грядущих веков,
За высокое племя людей, —
Я лишился и чаши на пире отцов,
И веселья, и чести своей.

Мне на плечи кидается век-волкодав,
Но не волк я по крови своей:
Запихай меня лучше, как шапку, в рукав
Жаркой шубы сибирских степей...

Чтоб не видеть ни труса, ни хлипкой грязцы,
Ни кровавых костей в колесе;
Чтоб сияли всю ночь голубые песцы
Мне в своей первобытной красе.

Уведи меня в ночь, где течет Енисей
И сосна до звезды достает,
Потому что не волк я по крови своей
И меня только равный убьет.

[4, с. 171]

Это стихотворение помимо образа кидаемого на плечи века-волкодава, эксплицитно воплощенного в тексте «Сердца пармы», текст стихотворения практически в полном объеме коррелирует с образом княжича Матвея, подвергнувшегося нападению волка. Матвей отвергает своего отца, не принимает и

не понимает его, испытывает к нему ненависть и считает его трусом: «Отец был жалок, но что-то в нем оставалось непонятное княжичу, отчего Матвей сейчас не жалел, а ненавидел отца. «Тебя разбили! Разбили! Тебя победили, трус! Тебя сломали! – ненавистью княжич глушил свой стыд. – Я не хочу знать такого отца! Ты не князь, а хорек! Я таким не буду!» [1, с. 415].

Фактически, образ княжича Матвея написан «по канве Мандельштама»: он не желает общаться с отцом, лишился и веселья, и чести, и все это произошло «за гремучую доблесть грядущих веков»: во имя будущего народа Пармы. Умирая, отец Матвея, Михаил, размышляет о том, что жизни его соотечественников оборвались во имя превращения Пармы в Русь, слияния с единым, большим народом, во имя будущего.

Эксплицитная отсылка к Мандельштаму, позволяющая разгадать подоплеку образа княжича Матвея, получила зеркальную интерпретацию в кинематографе: сцена превращения волка в человека открывает фильм. При этом в тексте романа на Матвея и Калину нападают люди, и лишь после их гибели герои видят, что эти люди были волками. В фильме же на разбойников, разоряющих языческое капище (с участием того же Калины), бросаются волки, которые после того, как нападавшие поразили их стрелами, превращаются в людей.

Тема «века-волкодава» является ключевой для романа Алексея Иванова: запечатлен переходный период, исторический перелом жизни Древней Руси, и многие персонажи осознают, что они – последнее поколение, живущее в старом мире, а уже их дети станут жить новой, иной жизнью, в новом веке. Дети – не наследники отцов, «не волки по крови своей»: Матвей – сын ламии Тичертъ, способной обращаться в рысь, но у него уже отсутствует способность превращаться в зверя. Так на стыке мистических и исторических реалий Алексеем Ивановым воплощена тема перехода старого – в новое, вечный конфликт отцов и детей, «века нынешнего и века минувшего».

Список литературы

1. Иванов А. *Сердце пармы*. – М.: Альпина нон-фикшн, 2022. – 608 с.

2. Кихней Л.Г., Гавриков В.А. Проза Льва Наумова в контексте «мистический реализм» в русской литературе XX – XXI веков. – М.-Амстердам: Тардис, 2020. – 240 с.

3. Лобин А. М. Эволюция историзма в романе Алексея Иванова «Сердце Пармы» // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. – 2012. – Т. 1. – № 2. – С. 119–125.

4. Мандельштам О.Э. Собрание сочинений: В 4 т. – М.: Арт-Бизнес-Центр, 1993. – Т. 1. – 408 с.

5. Мосова Д.В. Магический реализм романа Алексея Иванова «Сердце Пармы» // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. – 2022. – Т. 28. – № 2. – С. 82–89.

УДК 82.09

ББК 83

ТРАДИЦИИ СРЕДНЕВЕКОВОЙ МИСТИКИ В ПОЭЗИИ

НИКОЛАЯ РУБЦОВА

А.Ю. Писаренко, Московский университет им. А.С. Грибоедова,

Москва, Россия

TRADITIONS OF MEDIEVAL MYSTICISM

IN THE POETRY OF NIKOLAI RUBTSOV

A.Y. Pisarenko, A.S. Griboyedov Moscow University, Moscow, Russia

Аннотация. В статье исследуется мистический компонент лирики Николая Рубцова, воспринятый поэтом через обращение к национальной литературной традиции. Поэт в своём творчестве через эстетику Серебряного века обращается к традиции романтической культуры, которая связана со средневековыми мистическими практиками. Однако яркая индивидуальность Николая Рубцова определяет авторский способ обращения к мистическим практикам через пространство русской духовной культуры и языческо-фольклорную традицию. Лирический герой Рубцова существует в пространстве двоемирия и его выбор определён его собственной волей. Обращение к силам природы воспринимается поэтом как магическая практика, наделяющая человека доступом к любому из миров.

Ключевые слова: Николай Рубцов, поэзия, лирика, Серебряный век, символизм, двоемирие, мистика, фольклор.

Abstract. The article explores the mystical component of Nikolai Rubtsov's lyrics, perceived by the poet through an appeal to the national literary tradition. The poet in his work through the aesthetics of the Silver Age refers to the tradition of romantic culture, which is associated with

medieval mystical practices. However, the bright individuality of Nikolai Rubtsov determines the author's way of addressing mystical practices through the space of Russian spiritual culture and pagan-folklore tradition. Rubtsov's lyrical hero exists in the space of two worlds and his choice is determined by his own will. Appeal to the forces of nature is perceived by the poet as a magical practice that gives a person access to any of the worlds.

Keywords: Nikolai Rubtsov, poetry, lyrics, Silver Age, symbolism, two worlds, mysticism, folklore.

E-mail: kadiya@mail.ru

Николай Рубцов (1936-1971) традиционно определяется отечественным литературоведением как продолжатель традиций почвенничества, патриотической лирики в традициях реализма. Однако ранняя трагическая гибель, фактически предсказанная им в стихотворении 1970 года («*Я умру в крещенские морозы*») всегда создавала вокруг имени поэта определённый мистический ореол. Довольно долгое время загадки и совпадения в судьбе Рубцова обсуждались исключительно в любительских кругах, однако со временем глубокий анализ его текстов позволил сформировать новые подходы к анализу художественного мира поэта.

Личность Николая Рубцова всегда оказывала влияние на проблемы изучения его поэзии. Ещё современников изумлял тот факт, что мальчик, рано оставшийся без попечения родителей, не получивший после детдома какого-либо системного образования, обнаружил такое глубокое понимание русского поэтического слова, очевидное родство с образной системой той части русской поэзии, которая в середине XX века оставалась неизвестной большинству читателей – поэзией Серебряного века. Очевидно, что присутствие в лирике Рубцова основных мотивов, свойственных лирике рубежа веков, объясняется не прямым заимствованием или ориентацией на литературную традицию, а глубинным пониманием основ поэтического творчества, близостью духовно-философских исканий, основанных на мировосприятии, в котором отчётливо выделяется мистический компонент.

Рассмотрение поэзии Рубцова с точки зрения традиций «почвеннической» поэзии позволяет выделить в его лирике характерные для этого направления черты: соборность и русская идея. Оформление этих идей как основ

национального самосознание происходило в отечественной философской мысли с XIX века. Утверждение соборности как основы национальной духовной культуры происходило в общественной мысли патриотического направления, утверждавшей особый путь России, основанный на духовности, сформулированной в православии. Хотя во времена Николая Рубцова религиозный компонент не мог быть явно представлен в публикуемой художественной литературе, элементы православной духовности свойственны поэту как всякому носителю русского национального сознания.

Анализируя мироощущение Рубцова на основе его языковой личности, эксплицированной в стихах, литературоведы отмечают глубинное родство с русскими поэтами, которых можно назвать предшественниками в литературной традиции: Ф. Тютчевым, А. Фетом, А. Блоком, С. Есениным [4]. Очевидна близость поэзии Рубцова со стихами этих поэтов в области образно-тематического содержания, пейзажности лирики, восприятию России как своего пространства, предпочтении природных мотивов, любовании естественными климатическими процессами.

Однако очевидно также и глубинное родство лирики Рубцова с этой поэтической традицией. Олицетворение, а иногда и прямое одушевление природы имеет под собой прочную основу. Это отзвук календарной славянской магии, трансформировавшейся в христианской традиции, сохранившееся в языке анималистическое мировоззрение. В лирике Рубцова одушевлённость, осмысленность получают не только зооморфные образы, но все природные явления. Причём эта одушевлённость, одухотворённость носит языческий характер:

Меж болотных стволов красовался восток огнеликий...

Вот наступит сентябрь – и покажутся вдруг журавли!

И разбудят меня, как сигнал, журавлиные крики

Над моим чердаком, над болотом, забытым вдали. («Журавли») [2, с. 268]

Своеобразие лирики Рубцова и её отличие от предшественников в том, что пейзажность в его стихах всегда оживляется присутствием человека,

обозначенного в образе лирического героя. Только в момент взаимодействия человека с природой последняя проявляет свою подлинную сущность, посылая знаки, которые могут быть распознаны лишь при обладании сокровенным знанием.

В качестве этого сокровенного знания, «ключа» к постижению голоса окружающего мира у лирического героя-поэта, имеющего много общего с самим автором, выступает особая поэтическая манера, получившая название «тихой» лирики. Такой способ художественного восприятия и отражения мира позволяет увидеть не только сиюминутное, зафиксировать то, что происходит в настоящий момент, но заметить течение жизни и течение истории.

Однако для того чтобы увидеть подлинную суть вещей, лирический герой должен от роли созерцателя, тихого наблюдателя перейти к активному взаимодействию, пробудить магические силы природы:

*Я буду скакать по холмам задремавшей отчизны,
Неведомый сын удивительных вольных племён!
Как прежде скакали на голос удачи капризный,
Я буду скакать по следам миновавших времён...* [2, с. 266]

Такое индивидуально-авторское восприятие, основанное на диалоге личного с вечным, неизменным является проявлением отмеченного в литературоведении синтеза индивидуального и архетипического, свойственного художественному миру Рубцова [4]. При этом индивидуальный компонент очевидно меньше довлеющего над ним архетипического, что отражается в постоянном обращении героя к силам, воплощённым в природе. Архетипическое в его поэзии очевидно обусловлено мифопоэтикой, отражённой в русском фольклоре в отношении глобальности природного мира, проявленного в природных явлениях.

При этом в поэзии Рубцова отмечается индивидуальная трактовка традиционных мифопоэтических образов. В его стихах присутствуют приметы современного поэту мира, которые, однако, не являются препятствием для взаимодействия с могучими силами стихий. Таким образом, человек середины XX века является наследником русской фольклорной традиции, прямым преемником героев древних сказок и произведений героического эпоса:

*И только, страдая, израненный бывший десантник
Расскажет в бреду удивлённой старухе своей,
Что ночью промчался какой-то таинственный всадник,
Неведомый отрок, и скрылся в тумане полей... [2, с. 268]*

Такое индивидуальное восприятие мифопоэтики позволяет характеризовать лирику Николая Рубцова как автопсихологическую.

Центральные образы этой лирики фактически воплощают базовые концепты национальной культуры, каждый из которых имеет мифологическую обусловленность: Дом, Дорога, Душа, Судьба. Эти концепты постоянно взаимодействуют в художественном мире Рубцова, определяя возможность воздействия и изменения мира. Лирический герой постоянно находится в дороге, останавливаясь на мгновение, чтобы запечатлеть окружающий пейзаж и обнаружить в нём проявление высшей мудрости. Эта дорога – отражение не только физических перемещений, но символ постоянных странствий Души, которая пытается изменить Судьбу. В отличие от поэтов, к традиции которых очевидно обращается Рубцов, в его лирике понятие Дома не представлено как символ «своего» пространства. Надёжный, тёплый Дом остаётся либо в воспоминаниях, либо в мечтах – как цель путешествия. И постоянные странствия убеждают героя, что любое жилище – лишь временное пристанище, а подлинный Дом человек обретает лишь тогда, когда найдёт вечный покой.

Периодически возникающий образ погостов с крестами предполагает разделение места упокоения души и тела. Вечный Дом души – церковь, обитель, физическое воплощение которой сложно найти в современном поэту мире. Светлый образ храма как прибежища души остаётся в прошлом, связанным с традиционной русской культурой:

*И храм старины, удивительный, белоколонный,
Пропал, как виденье, меж этих померкших полей, –
Не жаль мне, не жаль мне растоптанной царской короны,
Но жаль мне, но жаль мне разрушенных белых церквей!.. [2, с. 267]*

Поскольку традиционный для русского человека способ общения с высшей силой, способ воздействия на Судьбу через религию остаётся герою недоступным, он обращается к более древним практикам: обращению к высшей силе непосредственно через природу. Однако встречаются в его лирике также сюжеты, соотносимые со сказочной поэтикой, как в стихотворении «Русский огонёк», где герой заходит в затерянную одинокую избушку, где обитает древняя старуха. Пейзаж, представленный в начале стихотворения, приобретает черты, как реального, так и сказочного мира. Зимний заснеженный лес пребывает в оцепенении, как будто это грань между мирами – та самая грань, которую охраняет сказочная Яга. И лишь от её решения зависит, пересечёт путник грань мира живых или останется в привычной реальности.

В этом стихотворении представлены основные архетипические модели взаимоотношений человека с потусторонней силой: ответы на сакральные вопросы, попытка отплатить за услугу и магическая формула благодарности-расплаты, не оставляющая за человеком долгов:

– Господь с тобой! Мы денег не берём.

– Что ж, – говорю, – желаю вам здоровья!

За всё добро расплатимся добром,

За всю любовь расплатимся любовью... [1, с. 552]

Этот традиционный сказочный сюжет представлен в стихотворении через реалистический колорит подлинного происшествия, однако в тексте присутствуют очевидные приметы магического ритуала: неоднократно повторённый вопрос, непроговорённая форма благодарности, отнесённость персонажа в прошлое и его неявное присутствие в настоящем. Личное участие лирического героя, достоверность его впечатлений позволяют говорить о том, что автор, опираясь на фольклорную традицию, обогащает и дополняет её. В то же время такое представление сюжета определяет систему интертекстуальных связей, наделяя лирического героя поэзии Рубцова возможностью воздействовать на магическую сторону реальности, изменяя не только собственную судьбу, но и детали окружающего мира.

В художественном мире Рубцова все истоки национального мировоззрения слиты воедино в духовно-нравственных основах существования русского народа, объединённых языческой и православной традицией. Основой этого объединения выступает фольклор, тесно связанный с русской природой, календарными изменениями. «Насущные проблемы века – социальные, политические, исторические, нравственные – поэт преломил сквозь призму поиска истины» [5, с. 115]. Причём основой для этого поиска выступают традиционные для русской культуры практики.

Однако глубинный анализ лирики Рубцова позволяет выявить также присутствие мистических компонентов, выходящих за рамки традиций русского Средневековья.

В исследовании Ю. Дюжева «Мистический реализм Николая Рубцова» обосновывается правомерность применения этого термина к лирике поэта [3]. Рассмотрение поэзии с точки зрения мистического реализма позволяет выявить связи не только с собственно русской поэтической традицией, но и с практиками Серебряного века, в том числе с художественной и духовной практикой символизма. Следовательно, в поэзии Рубцова возникает особое ощущение двоемирности, понятное, однако, гораздо шире, чем это было свойственно поэтам-символистам начала века.

Герой Рубцова не прибегает к особым практикам для того, чтобы ощутить двоемирие, он всегда находится на грани между мирами. Это может быть грань между прошлым и настоящим, между светом и тьмой, между солнечным теплом и мертвенным зимним холодом. Он способен по собственной воле пересечь эту грань в любой момент.

В традиционной русской культуре герой всегда выбирает свет, добро, преодолевает зимний холод и не ищет ни тьмы, ни гибели. Обращение в прошлое происходит только как поиск источника силы. Однако герой Рубцова добровольно выбирает уход из настоящего в прошлое, используя традиционные формы, отражённые в русской фольклорной практике. Способ обращения в прошлое сближает образную систему лирики Рубцова с традицией Блока:

*Взбегу на холм
и упаду
в траву,
И древностью повеет вдруг из дола.
И вдруг картины грозного раздора
Я в этот миг увижу наяву.
Пустынный свет на звёздных берегах
И вереницы птиц твоих, Россия,
Затмит на миг
В крови и жемчугах
Тупой башмак скуластого Батыя!.. («Видения на холме») [1, с. 548]*

Выбирая не свойственный советской поэзии жанр элегии, Рубцов таким образом обращается к традиции, на которую очевидно ориентировались многие поэты Серебряного века – традиции романтизма с его явно представленным двоемирием, эстетизацией смерти и обращением к готическим средневековым практикам. Однако элегичность Рубцова идёт дальше романтической тоски об ушедшем. Лирический герой добровольно пересекает грань, разделяющую живых и мёртвых. Но символика перехода выражена через традиционное для русской лингвокультуры противопоставление своего и чужого берега. Он как будто пересекает сказочный Калинов мост, разделяющий реальный и потусторонний мир:

*Пусть ещё всевозможное благо
Обещают на той стороне.
Не купить мне избу над оврагом
И цветы не выращивать мне... («Элегия») [1, с. 559]*

Это традиционное для Серебряного века обращение к тёмной стороне мира как способ разрешения насущных проблем, как побег от реальности. Герои символистов ищут пути выхода к тёмным силам через практики, характерные для средневековой европейской культуры. Лирический герой Рубцова, идя тем же путём, использует не перекрёстки дорог или старые погосты – эти реалии для

него представляют родную природу, они наполнены покоем и памятью. Его переход в ирреальность осуществляется через традиционные практики, описанные в русской фольклорной традиции – обращение к зимнему холоду и ночной темноте. Студёный холод зимней ночи – время власти тёмных богов, к которым обречён уйти лирический герой Рубцова:

Резким, свистящим своим помелом

Вьюга гнала меня прочь.

Дай под твоим я погреюсь крылом,

Ночь, чёрная ночь! («Ночное») [1, с. 558]

Анализ художественного мира Николая Рубцова выявляет присутствие мистического двоемирия, свойственного средневековому сознанию. Через взаимодействие с традицией Серебряного века поэт обращается к романтической традиции, однако представляет собственный способ обращения к этой традиции – через практики, закреплённые в пространстве русской национальной культуры.

Список литературы

1. Рубцов Н. Стихи // Люблю берёзу русскую. Сборник. – Омск, 1986. – С. 262-280.
2. Рубцов Н. Стихи // Русская поэзия XX века. Сборник. – М.: Советская Россия, 1991. – С. 547-559.
3. Дюжнев Ю.И. Мистический реализм Николая Рубцова. – Петрозаводск: Карельский научный центр РАН, 2017. – 144 с.
4. Нечаев В.Н. Поэтика ментального в лирике Н.М. Рубцова: дисс. канд. филол. наук. – Тамбов, 2006. – 170 с.
5. Редькин В.А. Время и пространство в поэзии Н.М. Рубцова // «Звезда труда, поэзии, покоя...»: к 80-летию Н.М. Рубцова. – М.: ИНИОН, 2016. – С. 98–115.
6. Чернова А.Е. Образы и символы в лирике Николая Рубцова // «Звезда труда, поэзии, покоя...»: к 80-летию Н.М. Рубцова, 2016. – М.: ИНИОН, 2016. – С. 55–71.

УДК 316.77:001.12
ББК 76.0

**ОСНОВАНИЯ КРИЗИСА ТРАДИЦИОННЫХ ЖУРНАЛИСТСКИХ
ЖАНРОВ: ГЕНЕЗИС НОВЫХ МЕДИА
(ИСТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)**

*А.В. Платицын, Московский университет имени А.С. Грибоедова,
Москва, Россия*

*Ю.В. Шуйская, Московский университет имени А.С. Грибоедова,
Москва, Россия*

**THE REASONS OF THE CRISIS OF TRADITIONAL JOURNALISTIC
GENRES: THE GENESIS OF NEW MEDIA (HISTORICAL ASPECT)**

A.V Platitsyn, A.S. Griboedov Moscow University, Moscow, Russia

Y.V Shuiskaya, A.S. Griboyedov Moscow University, Moscow, Russia

Аннотация: авторы настоящей статьи описывают процесс формирования кризиса классических форм журналистского творчества. Приводится определение кризиса традиционных жанров журналистики. Характеризуются историзм и фундаментальные основы возникновения современных новых медиа. Обсуждаются ключевые особенности информационной политики советского периода. Демонстрируется номинативный характер советских информационных паттернов. Приводится актуальная характеристика текущего состояния классических журналистских жанров.

Ключевые слова: журналистика; информационный рынок; массовая коммуникация; новые медиа; цензура; пропаганда.

Abstract: the authors of this article describe the process of formation of the crisis of classical forms of journalistic creativity. The definition of the crisis of traditional genres of journalism is given. Historicism and the fundamental foundations of the emergence of modern new media are characterized. The key features of the information policy of the Soviet period are discussed. The nominative nature of Soviet information patterns is demonstrated. The current characteristic of the current state of classical journalistic genres is given.

Keywords: journalism; information market; mass communication; new media; censorship; propaganda.

E-mail: alexanderplatitsyn@gmail.com; shujskaya@yandex.ru

Понятие кризиса в контексте российского медиарынка включает в себя сразу несколько актуальных тенденций развития традиционных журналистских жанров. Речь идет как об экономическом состоянии рынка информации, так и об изменении аспектов социального восприятия медийного контента. Безусловно, кризисная ситуация учитывает политические нюансы устройства российского государства на том или ином отрезке исторического времени. Чтобы иметь возможность

рассмотреть это понятие более предметно, необходимо его определить.

Кризис традиционных жанров журналистики — это зонтичный термин, характеризующий различные частные проявления кризисных состояний телевидения, радиовещания и печатной прессы в условиях трансформации социального запроса, сокращения пространства свободы информации и экономической рецессии начала XXI века. Это определение позволяет спроецировать влияние структурных компонентов кризисной ситуации на потенциальные сценарии развития журналистских форм в ближайшем будущем. Оно сфокусировано на ключевых элементах рассматриваемого явления и содержит три основных фактора, которые повлияли на формирование кризиса:

- изменение структуры общественного спроса;
- традиция цензурирования массовых источников;
- низкие темпы роста национальной экономики.

На страницах настоящей работы мы сосредоточимся на историческом аспекте кризисной тематики, поскольку цензурные практики в той или иной форме использовались правительствами на всех этапах развития российского государства. В русскоязычной историографии источником системной цензуры принято считать период правления императора Павла I. Именно в конце XVIII — начале XIX века местные цензурные органы личными распоряжениями царя стали преобразовываться в монолитную систему с единым центром принятия решений. Большая часть императорских указаний, изданных Павлом I в период с 1795 по 1800 год относительно книгопечатания, носили либо строго запретительный, либо ограничительный характер [1, с. 56].

Следующим шагом царской власти стала цензурная реформа, которая была завершена к 1866 году в рамках масштабной кампании политических преобразований императора Александра II. В ходе цензурной реформы были изданы Временные правила о печати — ключевой документ, служивший правовой основой работы цензоров вплоть до Октябрьской революции. Правила налагали строгий запрет на публикацию материалов, которые противоречили самодержавному строю, представлениям о нравственности и христианской вере.

На тот момент министр внутренних дел Российской империи Петр Валуев в ответ на просьбу своего коллеги о разрешении на издание газеты отвечал: «У нас и без того слишком много газет и журналов». Министр при этом добавлял, что «литература наша поет минорным тоном», а сам он хочет, чтобы она запела мажорным, то есть «правительственным» тоном [2, с. 56].

Надежда Петра Валуева в известном смысле материализовались уже в первой половине двадцатого столетия. Октябрьская революция стала отправной точкой систематизации государственной пропаганды. Цензура становится универсальным орудием репрессивного аппарата большевиков во взаимоотношениях с независимой прессой. Оппозиционное настроение того или иного источника массовой информации маркирует его как враждебный. Однако теперь квазиправовые поводы сохранения самодержавного строя, нравственности и веры заменены фиктивными соображениями революционной целесообразности [3, с. 188].

Советское руководство орудовало пропагандистскими технологиями, исходя из предельно рационального расчета, характерного для природы тоталитарных систем, способных нивелировать самоценность массовой информации в пользу стратегических или тактических соображений номенклатурных элит. Подчинив своим намерениям все множество информационных потоков, такая система получает индульгенцию на использование своего главного инструмента — изменения номинативных значений слов. Например, советская власть занималась распространением газеты «Правда», которая оставалась фактически главным массовым печатным изданием в СССР вплоть до его распада. Также именно партийная номенклатура распознала гипнотическую силу радиовещания, возведя его на вооружение как мощнейший агитационный рупор. Впоследствии именно «черная тарелка» стала синонимом и символом сталинской эпохи [3, с. 246–247]. Таким образом, руководство Советского Союза воздействовало на общественное мнение на уровне смысловой подмены базовых философских категорий, что явилось одним из крупнейших прорывов тоталитарной политической мысли XX века.

История цензуры, разумеется, не завершилась с концом советского проекта. Во-первых, опыт диктатуры повлиял на психологическое состояние профессиональной среды. Несколько поколений журналистов были вынуждены сверяться с линией партии, определяя тематический спектр своих передач, формируя экспертный пул и даже выбирая слова, ни одно из которых не могло попасть в эфир помимо воли цензора [4, с. 36]. Во-вторых, крупный менеджмент также оформился в негласный орган политической цензуры. Советское прошлое оставило печать строгой иерархической структуры организации коллективных предприятий. Новые медийные «боссы», хоть и мимикрировали под капиталистический уклад, тем не менее сохраняли в своей манере управления устоявшийся нарратив вертикальной доминации. Альтернативные формы организации редакционных коллективов начнут появляться в России только на исходе 2010-х годов.

После распада Советского Союза, начиная с 1991 года, в новой России стала формироваться система свободных рыночных отношений. Изменение экономического курса решительно сказалось и на российском медиарынке. После нескольких десятилетий тоталитарной политической практики журналисты впервые в истории обрели свободу ассоциации, которая и сегодня остается одним из наиболее значительных исторических завоеваний 1990-х годов. Остановимся на этом этапе более подробно.

Благодаря приватизации, на рынке медиа появилось множество самостоятельных частных субъектов, разделивших между собой сферы влияния в информационном поле. Хотя формально СМИ обрели независимость, фактически они сохраняли подчиненное положение относительно своих новых собственников. Это позволяло владельцам осуществлять грубое лоббирование своих экономических интересов. Тем не менее издания получили некоторую индульгенцию на проведение редакционной политики. Этот процесс позволил воссоздать весьма условный политический плюрализм в границах медиарынка. Подобный подход, вне всякого сомнения, положительно сказался на качестве эфирной и печатной продукции. Также благоприятные факторы повлияли на

количественный охват вновь возникавших информационных источников. Например, к 2013 году 98% всех российских изданий были открыты именно в период относительной либерализации 1990-х годов [5].

Однако эйфория переходного периода продлилась недолго. Уже в 2000 году была одобрена новая Доктрина информационной безопасности, установившая приоритеты государственной политики в области охраны национальных интересов в информационной сфере. Оценивая этот документ с историко-политических позиций, необходимо указать, что он дал зеленый свет глобальной национализации федеральной прессы. Важно обратить внимание, что современные исследователи акцентированно критиковали Доктрину с точки зрения логических и юридических противоречий, заложенных в тексте документа. Они, в частности, отмечали, что «явный дисбаланс» доктрины характеризует ее как направленную на «оборонительную стратегию, информационные самодостаточность и изоляционизм» [6].

Очень скоро эти незамысловатые формулы нашли прямое отражение в политической практике. В начале 2000-х годов в распоряжении властей через госкорпорации и напрямую оказались активы телеканалов ОРТ (будущий «Первый канал»), НТВ, «РТР-Планета», ТНТ, радиостанций «Эхо Москвы», «Спорт-FM», «Деловая волна», а также журналов «7 дней», «Итоги», «Караван историй» и многих других изданий. На фоне расширения сетевой инфраструктуры и постепенного ужесточения информационной политики стремительно растет число постоянных пользователей интернет-ресурсов. Суммарный охват русскоязычного сегмента Всемирной сети с 2000 по 2006 год вырос на 22 миллиона человек [7].

Уже в 2010 году на торжественной церемонии вручения премии имени Владислава Листьева журналист Леонид Парфенов выступил с критикой содержания федерального телеэфира. Парфенов обратил внимание на «огосударствление федеральной телеинформации», а также констатировал, что «журналистские темы <...> окончательно поделались на проходимые по ТВ и непроходимые по ТВ» [8]. Выступление Леонида Парфенова вызвало широкий резонанс и вновь актуализировало проблематику редакционной политики

центральных телеканалов. По словам телеведущего Михаила Швыдкого, «Парфенов в своей речи вслух сказал то, что многие понимают, но не говорят» [9].

Таким образом, закат флагманского жанра традиционной журналистики — федерального телевидения — оказался предметом общественной дискуссии. Кризис консервативных форм журналистского творчества вновь возник в фокусе внимания как отраслевых экспертов, так и широкой публики. Кроме того, в обществе появляется запрос на иные форматы освещения событий актуальной повестки дня. Динамичный социальный контекст предстает плодородной почвой для происхождения и развития передовых средств распространения массовой информации, которыми вскоре станут современные новые медиа.

Список литературы

1. Рейфман П.С. *Цензура в дореволюционной, советской и постсоветской России. В 2-х томах. Т. 1. Вып. 1.* / Под ред. Г.Г. Суперфина; пред. И.А. Пильщикова и В.С. Парсамова. — М.: Пробел-2000, 2014. — 232 с.

2. Рейфман П.С. *Цензура в дореволюционной, советской и постсоветской России. В 2-х томах. Т. 1. Вып. 3: 1855–1917 гг.* / науч. ред. Е.С. Сони́на; библиогр. ред. Н.В. Градобоева; предисл. И.А. Пильщикова и В.С. Парсамова. — М.: Пробел-2000, 2017. — 305 с.

3. Горяева Т.М. *Политическая цензура в СССР. 1917–1991 гг.* / Т.М. Горяева. 2-е изд., испр. М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2009. 407 с.

4. Lovell S. *Russia in the Microphone Age: A History of Soviet Radio, 1919–1970.* New York: Oxford University Press, 2015. 272 pp.

5. Касаткин С.С. *Печатные СМИ в России: основные факторы формирования и этапы трансформации (конец XX - начало XXI в.)* // Вестник РГГУ. Серия «Философия. Социология. Искусствоведение». 2014. № 4 (126). С. 117–124.

6. Кибардина Л.Н. *Методологические проблемы «Доктрины информационной безопасности Российской Федерации»* // ОНВ. 2000. № 13. С. 51–53.

7. *Авилова М.А. Российские СМИ под государственным контролем в начале XXI века // Государственное и муниципальное управление в XXI веке: теория, методология, практика. 2011. № 3. С. 58–61.*

8. *Парфенов Л.Г. «Высшая власть предстает дорогим покойником». Речь Леонида Парфенова на вручении премии им. Владислава Листьева // The New Times. 2010. № 40. С. 48.*

9. *Швыдкой М.Е. «Парфенов в своей речи вслух сказал то, что многие понимают, но не говорят». Михаил Швыдкой о Леониде Парфенове, государственном телевидении и премии ТЭФИ / А. Бородина // Коммерсантъ. 2010. № 220. С. 4.*

УДК 82.09
ББК 83

**ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНЫЙ ДИАЛОГ НИКОЛАЯ ГУМИЛЕВА С
ТОМАСОМ МАННОМ (К ИНТЕРПРЕТАЦИИ СТИХОТВОРЕНИЯ
«У ЦЫГАН»)**

*Е.Г. Раздьяконова, Санкт-Петербургский горный университет,
Санкт-Петербург, Россия*

**INTERTEXTUAL DIALOGUE OF NIKOLAY GUMILEV WITH THOMAS
MANN (TO THE INTERPRETATION OF THE POEM “U TSYGAN”
 (“AT THE GYPSIES”))**

E.G. Razdyakonova, St. Petersburg Mining University, St. Petersburg, Russia

Аннотация. Статья посвящена интерпретации стихотворения Н.С. Гумилева «У цыган» в ракурсе интертекстуального диалога Гумилева с Томасом Манном (повесть «Смерть в Венеции»). Прослеживаются общность мотивов и образов, показаны особенности имплицитного ответа Гумилева на трактовку смерти Манном.

Ключевые слова: Николай Гумилев, Томас Манн, интертекст, аллюзия, мифологизация смерти.

Abstract. The article is devoted to the interpretation of the poem by N.S. Gumilyov “At the Gypsies” (“U tsygan”) from the perspective of Gumilyov’s intertextual dialogue with Thomas Mann (the story “Death in Venice”). The commonality of motives and images is traced, the features of Gumilyov’s implicit response to Mann’s interpretation of death are shown.

Keywords: Nikolai Gumilyov, Thomas Mann, intertext, allusion, mythologization of death.

E-mail: razdyakonovaevgeniya@gmail.com.

Одной из ключевых черт акмеизма являются обширные интертекстуальные пласты текста, формирующие концепт комплексного эонического времени [2, с. 47]. Показательным примером проявления глубоких интертекстуальных пластов является стихотворение Н.С. Гумилева «У цыган», в котором содержится ряд отсылок как к христианской и античной мифологии, так и к более современным текстам.

Стихотворение Н.С. Гумилева «У цыган» является одним из самых загадочных и трудно интерпретируемых текстов из сборника «Огненный столп». О тройном зашифрованном смысле этого текста пишет В.С. Малых: «У цыган» – одно из самых непрочитанных и малоизученных стихотворений Гумилева, в основе композиции и идейно-философского содержания которого лежит, на наш взгляд, принцип троичности» [3, с. 382]. Загадочность тайнописи этого текста отмечает П.В. Паздников, отождествляя героя с царем Соломоном и Асмодеем [5]. Интерпретация стихотворения в Полном собрании сочинений также акцентирует внимание на многослойности и зашифрованности текста [1].

В тексте «У цыган» просматриваются параллели с текстом, ранее не привлекавшимся для анализа и интерпретации этого стихотворения Н.С.Гумилева – повестью Томаса Манна «Смерть в Венеции» (“Der Tod in Venedig”). Повесть Манна была создана в 1911, опубликована в 1912 и встречена большим количеством рецензий: «Критика того периода, на который приходится появление новеллы, высоко оценила значение произведения «Смерть в Венеции». Насчитывается около 40 рецензий, из них только одна была полностью негативной» [6]. В тексте затрагивается тема платонического увлечения представителем своего пола: пожилой писатель Густав фон Ашенбах проживает последние дни в Венеции, созерцая прекрасного юношу Тадзио. Повесть автобиографична: Томас Манн с семье побывал в Венеции в мае-июне 1911 года и действительно видел среди отдыхающих необыкновенно красивого юношу-поляка, к которому испытывал симпатию. Мимолетное впечатление соединено с размышлениями Манна о смерти композитора Густава Малера,

известие о которой он получил именно во время путешествия в Венецию. Не случайно в кинематографической интерпретации повести – фильме «Смерть в Венеции» Лукино Висконти – герой предстает не писателем, а композитором.

С самого начала, прочитав заголовок повести, читатель знает, что главный герой умрет. Вестниками смерти в тексте становятся загадочные незнакомцы, появления которых начинаются еще до отъезда фон Ашенбаха в Венецию и продолжают сопровождать его в путешествии. Первая половина текста, в которой описывается образ Ашенбаха, подготавливает почву для превращения, произошедшего во второй части: просто поразительно, как такой упорный, дисциплинированный и сдержанный человек оказался охвачен поразившей его самой страстью, вмешавшейся в его планы и, в конце концов, приведшей к его смерти.

Внимательный читатель заметит, что смерть не единожды являлась главному герою на протяжении рассказа. Первым ее вестником стал человек, который выглядел, как странник, и именно он спровоцировал у главного героя приступ тоски по путешествиям. «И то ли он состроил гримасу, ослепленный заходящим солнцем, то ли его лицу вообще была свойственна некая странность, только губы его казались слишком короткими, оттянутые кверху и книзу до такой степени, что обнажали десны, из которых торчали белые длинные зубы» [4].

Жажда путешествий приводит главного героя в Венецию, где происходит судьбоносная для него встреча – он видит невероятно красивого мальчика, проживающего с ним в одном отеле. Парадоксальная и необъяснимая влюбленность в этого мальчика вынуждает Ашенбаха оставаться в Венеции, несмотря на то, что в городе свирепствует эпидемия. В Венеции фон Ашенбах сталкивается с загадочным гондольером, который, как и встреченный героем ранее странный путешественник, обнажает зубы: «Несмотря на худобу, казалось бы делающую его непригодным для ремесла гондольера, он весьма энергично орудовал веслом, при каждом взмахе напряжинивая все тело. Раза два при большом усилии он поджимал губы, обнажая два ряда белых зубов» [4].

Любопытно, что в обоих случаях вестник смерти показывает зубы: словно персонифицированная в образе скелета Смерть скалится путнику. И юный Тадзио, предмет обожания Ашенбаха и непосредственная причина того, что герой остался в Венеции, тоже показывает ему зубы: «Меж тем он успел заметить, что зубы у мальчика не совсем хороши, немного неровные, бледные, без белого блеска здоровья, а хрупкие и прозрачные, как при малокровии» [4].

Для европейской культуры характерна персонификация смерти в виде скелета. В живописи существовал жанр «пляски Смерти»: скелет, символизирующий смерть, танцевал то с мужчиной, то с женщиной, то с богатым, то с бедным, то со стариком, то с ребенком. Смерть персонифицировалась в виде скелета, так как на кладбищах часто хоронили без гробов, и при захоронении нового мертвеца в старую могилу часто видели единственное, что осталось от прежнего, - скелет. Зубы – единственная видимая часть скелета у живого человека: показывая зубы, герои Манна показывают, во что со временем превратится каждый живущий на Земле. Связь повести Т. Манна с макабрическими картинами европейской живописи рассматривается в статье С. Слепухина [7].

Показывание зубов как предвестие скорой смерти – это зачин стихотворения Н.С. Гумилева «У цыган»:

Толстый, качался он, как в дурмане,
Зубы блестели из-под хищных усов,

На ярко-красном его доломане
Сплетались узлы золотых шнуров [1].

Отметим, что это едва ли не единственное упоминание об оскале, демонстрации зубов человеком во всем корпусе произведений Н.С. Гумилева. Герой «У цыган» охвачен стремлением к путешествиям:

Так убедительно поверил я рассказу
Про иные, родные мне, края [1].

В интерпретации Гумилева путешествие, конечно, отсылает к экзотическим странам: лирическому герою видятся джунгли, бенгальский тигр, костры. Текст стихотворения практически дословно повторяет описание мучительного сна Густава фон Ашенбаха: «Женщины, путаясь в длинных одеждах из звериных шкур, которые свисали у них с пояса, со стоном вскидывая головы, потрясали бубнами, размахивали факелами, с которых сыпались искры, и обнаженными кинжалами, держали в руках извивающихся змей, перехватив их за середину туловища, или с криками несли в обеих руках свои груди. Мужчины с рогами на голове, со звериными шкурами на чреслах и мохнатой кожей, склонив лбы, задирали ноги и руки, яростно били в медные тимпаны и литавры, в то время как упитанные мальчики, цепляясь за рога козлов, подгоняли их увитыми зеленью жезлами и взвизгивали при их нелепых прыжках» [4]. У Гумилева в видении пьяного гостя:

Вещие струны — это жилы бычьи,
Но горькой травой питались быки,
Гортанный голос — жалобы девичьи
Из-под зажимающей рот руки.

Пламя костра, пламя костра, колонны
Красных стволов и оглушительный гик,
Ржавые листья топчет гость влюбленный,
Кружащийся в толпе бенгальский тигр [1].

В тексте «У цыган» присутствует еще одна параллель со «Смертью в Венеции» - герой, как и Густав фон Ашенбах, плывет на лодке:

Мне, кто помнит его в струге алмазном,
На убегающей к Творцу реке,
Грозою ангелов и сладким соблазном,
С кровавой лилией в тонкой руке? [1]

Плавание как переправа на тот свет, в обитель смерти – расхожий образ европейской культуры, упоминаемый и Манном, и Гумилевым. В целом, у двух

текстов присутствуют общие черты – мотив демонстрации зубов, мотив плавания, являющиеся в видении пляски с участием диких зверей. Концовка обоих произведений также сходна: в тексте Гумилева герой то ли умирает, то ли засыпает в пьяном угаре, и его уносят официанты:

Рухнул грудью, путая аксельбанты,
Уже ни пить, ни смотреть нельзя,
Засуетились официанты,
Пьяного гостя унося [1].

У Манна герой умирает, сидя в шезлонге, созерцая в последний раз прекрасного Тадзио, и к нему также подбегают работники гостиницы: «Прошло несколько минут, прежде чем какие-то люди бросились на помощь Ашенбаху, соскользнувшему на бок в своем кресле. Его отнесли в комнату, которую он занимал. И в тот же самый день потрясенный мир с благоговением принял весть о его смерти» [4].

При явно прослеживаемом параллелизме текстов у Гумилева принципиально отсутствует гомосексуальная составляющая, мотив «запретной любви», ключевой для повести Манна. Герой Гумилева смотрит не на юношу, а на девушку – и этот момент можно считать имплицитным ответом на описание смерти Густава фон Ашенбаха, сознательное противопоставление страсти к девушке – страсти к юноше. Сама смерть является Густаву фон Ашенбаху в образе прелестного юноши – а опьяневшему герою стихотворения «У цыган» в образе прелестной девушки. Таким образом проявляет себя имплицитный интертекстуальный диалог.

Список литературы

1. Гумилев Н. С. Полн. собр. соч.: В 10 т. – М.: Воскресенье, 1998–2007. – Т. IV. – С. 303–304.
2. Кихней Л.Г. Эоническое и апокалипсическое время в поэтике акмеизма // *Modernités russes 10. Le temps dans la poétique acméiste.* – Lyon: Lyon III-CESAL, 2010. – P. 29 – 59.

3. *Малых В.С. Принцип троичности в стихотворении Н. Гумилева «У цыган» // Вопросы литературы. – 2013. – № 4. – С. 382 – 403.*
4. *Манн Т. Смерть в Венеции // <http://lib.ru/INPROZ/MANN/venecia.txt>*
5. *Паздников П. В. Мифопоэтические аспекты стихотворения Н.Гумилева «У цыган» // Гумилевские чтения: материалы Международной научной конференции (Санкт-Петербург, 14–16 апреля 2006 года). – СПб.: СПбГУП, 2006. – С. 104 – 109.*
6. *Рзаева С.Т. Новелла Томаса Манна «Смерть в Венеции» в интертексте культуры // Научный диалог. – 2018. – № 5. – С. 152–163.*
7. *Слепухин С. Мотив «Танца смерти» у Томаса Манна // Иностранная литература. – 2013. – № 8. Электронный ресурс: <http://magazines.russ.ru/inostran/2013/8/9s.html>*

УДК 811.161.1
ББК 80

**СИСТЕМА ЗАДАНИЙ ПРИ РАБОТЕ НАД ИЗЛОЖЕНИЕМ НА
ЗАНЯТИЯХ ПО РУССКОМУ ЯЗЫКУ КАК ИНОСТРАННОМУ НА
ОСНОВНЫХ КУРСАХ ВОЕННОГО ВУЗА**

*Е. А. Трушина, филиал Военной академии материально-технического
обеспечения им. А. В. Хрулёва, г. Пенза, Россия*

**THE SYSTEM OF TASKS WHEN WORKING ON A WRITTEN
REPRODUCTION DURING RUSSIAN AS A FOREIGN LANGUAGE
CLASSES IN THE BASIC YEARS OF STUDY OF A MILITARY
UNIVERSITY**

*E. A. Trushina, filiation of The army's general A.V. Hrulev military academy of the
material and technical ensuring, Penza, Russia*

Аннотация. Статья посвящена изложению как средству развития письменной речи курсантов основных курсов военного вуза на занятиях по русскому языку как иностранному. Говорится о роли изложения в формировании коммуникативной компетенции обучающихся. Приводится система предтекстовых, притекстовых и послетекстовых заданий при работе над изложением.

Ключевые слова: русский язык как иностранный, коммуникативная компетенция, иностранные обучающиеся, письменная речь, изложение.

Abstract. The article shows written reproduction as a means of developing the written speech of cadets of the main courses of a military university during Russian as a foreign language classes. The author discusses the role of written reproduction in the formation of the communicative competence of students. The article suggests a system of pre-text, by-text and post-text tasks for working on written reproduction.

Key words: Russian as a foreign language, communicative competence, foreign students, written speech, written reproduction.

E-mail: rousebude@rambler.ru

Проблема развития письменной речи, как репродуктивной, так и (первую очередь) продуктивной очень актуальна в методике преподавания русского языка как иностранного, в том числе и в военном вузе. При этом такая форма работы, как изложение, является весьма эффективной для формирования именно продуктивной письменной речи, так как развивает умение мыслить самостоятельно, активизирует творческое мышление курсантов и способствует совершенствованию их коммуникативной компетенции.

На наш взгляд, написание изложения, особенно в военном вузе, нечасто используется на занятиях по русскому языку как иностранному, между тем изложение является как сложной, так и очень результативной формой работы, мотивирующей обучающихся на построение собственного текста на основе прослушанного и выражение своего отношения к проблеме текста.

Изложение как вид работы позволяет активизировать весь изученный курсантами лексический и грамматический материал, требует самостоятельности в выборе необходимых языковых средств, построении предложений, позволяет проконтролировать уровень владения языком каждого обучающегося.

К работе над изложением на занятиях по русскому языку как иностранному обращались А.А. Акишина [1], Д.Д. Дмитриева [2], И.А. Краснянская [3], Л.С.Крючкова, Н.В. Мощинская [4], Ц.Г. Миллер [5], И.А. Пугачев [7], М.О.Сорокина [8], А.Х. Сатретдинова [9] и другие исследователи. На основе данных этих работ можно сделать вывод, что четко определенной методики

проведения изложения на занятиях по русскому языку как иностранному на сегодняшний день не существует.

Написание изложения формирует у учащихся такие умения и навыки работы с текстом, как определение темы и главной мысли текста, видение структуры текста, выделение основной и второстепенной информации, составление различных видов планов к тексту, трансформация и сокращение материала, самостоятельное построение предложений на иностранном языке и целого текста в результате.

По нашему мнению, нет необходимости составлять отдельный сборник изложений, как это предлагает, например, Д.Д. Дмитриева [4, с. 19]. Изложения должны включаться в учебное пособие по работе с текстом в целом и являть собой завершающий или контролирующий этап изучения какой-либо темы, связанной с публицистическими или художественными текстами ([10], [11], [12], [13]). Так, при изучении рассказа М.А. Шолохова «Судьба человека» на четвертом курсе в рамках темы «Художественный стиль» логичным представляется написание изложения по фрагменту рассказа «Побег из плена», в итоге чего обучающиеся, уже знакомые с рассказом в целом, могут доказать, почему Андрей Соколов является примером человека несгибаемой воли; при завершении изучения темы «Публицистический стиль речи» также на четвертом курсе курсантам предлагается написать изложение по статье из газеты под названием «Огненный рейс» с соблюдением требований к такому жанру публицистики, как статья, и обязательным выражением своего мнения о прочитанном, так как учащиеся хорошо знакомы с событиями Великой Отечественной войны, изучаемым как в рамках дисциплины «Военная история», так и дисциплины «Русский язык как иностранный».

К каждому тексту для изложения, выбранному с учетом подготовленности курсантов, актуальности для них, преподаватель должен разработать систему заданий, направленную в конечном итоге на успешное написание изложения обучающимися.

Мы выделяем следующие этапы работы над изложением:

1. Предтекстовая работа. В рамках этого этапа учащимся можно дать информацию об авторе и произведении, из которого взят текст, если это необходимо для понимания текста в целом, а также провести беседу по подготовке к восприятию текста, его проблематики. В ходе данного этапа преподаватель записывает на доске, а курсанты в тетрадях информацию, представляющую наибольшие трудности, – имена собственные, даты, географические названия, предложения с прямой речью и т. д.

Например, при подготовке к написанию изложения по тексту «Апофеоз войны» на 4 курсе с курсантами филиала ВА МТО используются следующие предтекстовые задания:

Задание 1. Ответьте на вопросы: 1. Каждый ли человек может стать великим художником? 2. Каких вы знаете великих художников? 3. Есть ли известные художники в вашей стране? 4. Знаете ли вы, какая картина в мире самая знаменитая? 5. Знаете ли вы, какая картина в мире самая дорогая? 6. Что обычно изображают на своих картинах художники? 7. Какие жанры картин вы знаете?

Задание 2. Как вы думаете, что на своих картинах изображает художник-баталист? Как вы понимаете девиз, под которым творил Верещагин, – «Война войне»?

Задание 3. Прочитайте комментарии к тексту.

Апофеоз – обожествление, прославление, возвеличивание какого-либо события, явления. «Апофеоз войны» – изначально «Апофеоз Тамерлана» (1871) – знаменитая картина художника Василия Васильевича Верещагина, находящаяся в Государственной Третьяковской галерее (г. Москва).

Тамерлан (Тимур) – железный хромец – (1336–1405) – один из известнейших завоевателей мира. Родился на территории Узбекистана. Царствовал 35 лет (1370–1405). Создал державу со столицей в Самарканде. Разгромил Золотую Орду. В 1395 г. пошел на Россию, дошел до Рязани и повернул назад. Совершил походы на Кавказ, в Индию, Сирию, Персию, Китай. Армия Тамерлана составляла 200 000 человек.

Мольтке Карл (1800–1891) – германский генерал-фельдмаршал и военный теоретик. С 1871 г. – начальник германского генерального штаба.

Задание 4. Прочитайте и прокомментируйте высказывания Верещагина о войне и своем творчестве: 1. «Я представлял себе, что война – это парад с музыкой»; 2. «Я сознательно решил дать другим взглянуть на отвратительные подробности войны, неизвестные и упускаемые из вида»; 3. «Я слишком близко принимаю к сердцу то, что пишу – выплакиваю горе каждого раненого и убитого».

Задание 5. Прочитайте и прокомментируйте высказывания о Верещагине и его творчестве.

1. Александр Бенуа (1870–1960), русский художник: «Все так были приучены к изображению войны исключительно в виде занятого, приглаженного и розового праздника, какой-то веселой с приключениями потехи, что никому и в голову не приходило, что на самом деле дело выглядит не так. Когда русская публика увидела картины Верещагина, вдруг так просто, цинично разоблачившего войну и показавшего ее грязным, отвратительным, мрачным и колоссальным злодейством, что публика завопила на все лады и принялась всеми силами ненавидеть и любить такого смельчака».

2. Никадзато Кайдзан (1885–1944), японский писатель: «Верещагин кистью старался показать людям, что война – самая нелепая, самая ужасная вещь на свете».

Задание 6. Объясните значения слов и словосочетаний, при необходимости обратитесь к словарю.

Император, полководец, фельдмаршал, парад, череп, пустыня.

Задание 7. Запишите географические названия и имена собственные.

Германия, Берлин, Средняя Азия, Мольтке, Тамерлан, Василий Васильевич Верещагин.

2. Чтение текста. При работе с иностранными обучающимися целесообразно прочтение текста преподавателем в качестве образца. Перед чтением курсанты получают задание на определение темы и главной мысли

текста, например, как вы считаете, какая проблема затрагивается в тексте, какова тема текста и т. д.

3. Беседа по содержанию текста.

После прочтения текста обязательным этапом работы над изложением является беседа, направленная на анализ текста, проверку понимания его содержания, выделение главной и второстепенной информации, определение темы и основной мысли, позиции автора. При этом тщательное «разжевывание» так же вредно, как и отсутствие разбора. Слишком большое количество вопросов по тексту, на наш взгляд, методически нецелесообразно, так как у учащихся пропадает интерес к работе. Например, при работе над текстом изложения «День славянской письменности и культуры» курсантам предлагаются следующие вопросы для беседы: 1. Почему письменность играет такую важную роль в жизни людей? 2. Почему изобретение письма и книгопечатания считается величайшими событиями в истории человечества? 3. Что вы знаете об истории письма? 4. Когда в России стали праздновать День славянской письменности и культуры? 5. Кто был создателем первой славянской азбуки? 6. Какова история создания первой славянской азбуки? 7. Что собой представляла кириллица? 8. Когда появилось русское письмо? 9. Оставалась русская азбука неизменной с X века или менялась? С чем это было связано, на ваш взгляд? 10. Что представляет собой современный русский алфавит? Знаете ли вы, что на кириллице основаны украинский, белорусский, казахский, таджикский, болгарский, сербский, монгольский, абхазский, осетинский алфавиты? 11. Какова история возникновения вашей письменности?

На проверку полноты и правильности понимания текста направлены и следующие задания: согласитесь или нет с утверждением, закончите предложения, пользуясь информацией текста, – которые часто используются на практике при написании изложения.

4. Составление плана текста.

Составление плана – это самостоятельная работа курсантов, которая помогает увидеть в тексте главную и второстепенную информацию,

структурировать текст и значительно облегчает запоминание текста и написание изложения. В соответствии с программой изучения дисциплины «РКИ» учащийся должен уметь составить план повествовательного текста, используя в соответствии с поставленной задачей разные способы оформления пунктов плана. Умение составить план текста облегчит курсантам работу над планом сообщения на семинаре, реферата, оформлением содержания курсовой и дипломной работ.

Например, при работе над текстом изложения «История славянской письменности» задание по составлению плана предлагается следующее:

Прослушайте текст повторно, дополните назывной план текста: 1. Роль письменности в развитии ... ; 2. День ... письменности и ... ; 3. Кирилл и ... ; 4. История ... славянской ... ; 5. Русское ... ; 6. Реформы русского ... ; 7. История создания вашей

5. Устный пересказ.

На занятиях по русскому языку как иностранному данный этап является, на наш взгляд, необходимым, так как позволяет увидеть, насколько правильно курсанты поняли текст и могут логично его изложить, а также скорректировать трудности, возникающие при пересказе.

6. Повторное прослушивание текста.

Как показывает практика, текст при написании изложения курсантами-инфонами должен звучать три раза – первичное прослушивание, чтение по частям при составлении плана и чтение непосредственно перед написанием изложения. Двухразового прослушивания для воспроизведения текста зачастую оказывается недостаточным.

7. Написание первого варианта изложения, что представляет собой самый трудный этап работы, так как курсанты должны самостоятельно строить предложения на иностранном языке, а из предложений – логичный текст.

Еще более сложный вид работы представляют собой изложения с творческим заданием, которые развивают воображение и активизируют творческие способности обучающихся. При этом текст изложения не совпадает

с содержанием первичного текста. Как справедливо замечает И.А. Пленкин, «любая самостоятельная работа может быть творческой только в случае ее хорошей подготовки. Творчество возникает только там, где присутствуют знания, где имеется свое представление на основе своего глубокого понимания. Без знания, без глубокого понимания невозможно творческое выражение, и напротив, творчество учащихся зайдет в тупик и окажется бесплодным, если они к самостоятельной работе никак не подготовлены» [9, с. 151].

К таким изложениям можно предложить следующие задания:

1. Ответить на вопрос по тексту, высказать свое мнение по проблеме текста, отношение к поступку героя, дописать начало или конец текста. При этом в первичный текст изменения не вносятся, свой текст обучающийся создает до или после изложения исходного текста.

2. Пересказать текст от другого лица (например, не от третьего, а от первого, что предполагает умение почувствовать себя героем текста, понять его характер), поменять местами части текста, включить в исходный текст описание, употребить все глаголы не в форме настоящего, а в форме прошедшего времени, включить в текст слова, словосочетания, предложения, которых в нем не было. При этом исходный текст претерпевает изменения содержания.

Подобные задания представляют собой высокую степень трудности и способствуют развитию связной речи учащихся.

8. Проверка первого варианта работы.

Курсанты в обязательном порядке пишут первый вариант изложения на черновике, потом его редактируют и переписывают. Только в этом случае изложение будет выполнять свою обучающую функцию и способствовать развитию продуктивной письменной речи учащихся. Преподаватель проверят первый вариант текста карандашом, не пишет готовые исправленные варианты текста, а подсказывает курсанту, как можно изменить предложение и какие неточности устранить. Именно такая совместная работа преподавателя и курсанта значительно улучшает речевое оформление изложений, повышает

мотивацию курсантов при написании изложений, помогает им не «бояться» трудностей при выполнении такого сложного задания.

9. Написание окончательного варианта изложения.

Курсанты исправляют свои тексты в соответствии с замечаниями и преподавателя. При этом является положительным моментом, если кому-то из обучающихся вариант, предложенный преподавателем, покажется неудачным и он захочет доказать свою точку зрения.

10. Проверка изложений и выставление отметок.

За изложение обычно выставляются две отметки – первая за содержание и речевое оформление, вторая за правильность речи с точки зрения орфографии и пунктуации. На занятиях по русскому языку как иностранному ведущую роль играет именно первая отметка. При оценивании содержания изложения учитываются: соответствие работы теме; полнота раскрытия темы и основной мысли текста; правильность изложения фактического материала; последовательность и логика излагаемых мыслей.

Так как изложение – это творческая работа, то преподаватель должен обращать внимание при проверке в первую очередь не на ошибки курсантов, а на их удачные фразы и оригинальные мысли и отмечать это. Проверка изложения наглядно показывает преподавателю уровень владения курсантами русским языком как иностранным, а именно: умеет ли учащийся строить предложения и текст в целом на русском языке правильно и в соответствии с поставленной целью, какие трудности возникли у обучающихся, на что необходимо обратить внимание на последующих занятиях.

После проверки и оценки работ на следующем занятии необходимо отвести время на разбор изложения, в ходе которого курсанты самостоятельно или с помощью преподавателя анализируют указанные ошибки; преподаватель объясняет, с чем связана ошибка и как ее необходимо исправить, зачитывает типичные примеры ошибок (без указания автора работы) и обязательно лучшие фрагменты изложений или самую удачную работу целиком – с указанием автора. Занятия по разбору изложения необходимы, так как развивают чувство языка,

умение внимательно анализировать текст, самостоятельно находить и объяснять ошибки, совершенствовать написанное, подготавливают к написанию последующих изложений. Как справедливо замечает А.А. Акишина, «исправление грамматических ошибок не ведет к улучшению навыков письма. Студенты не обращают внимания на наши исправления грамматики и орфографии, но с интересом выслушивают замечания о содержании и организации» [1, с. 126].

Таким образом, работа по написанию курсантами такой сложной творческой работы, как изложение, должна вестись на занятиях по русскому языку как иностранному с первого курса военного вуза и носить не эпизодический, а систематический и регулярный характер. При этом успешному написанию изложения способствует система предтекстовых, притекстовых и послетекстовых заданий, разработанная преподавателем к каждому тексту и направленная на формирование и развитие коммуникативной компетенции иностранных обучающихся, в первую очередь навыков и умений продуктивной письменной речи.

Список литературы

1. Акишина А.А., Каган О.Е. *Учимся учить. Для преподавателя русского языка как иностранного.* – М. : Русский язык. Курсы, 2010. – С. 121–126.

2. Дмитриева Д.Д. *Изложение как речевое упражнение для обучения письменной речи на занятиях по РКИ // Региональный вестник.* – 2019. – № 22. – С. 19–20.

3. Краснянская И.А. *Изложение и сочинение как упражнения по развитию навыков письменной речи по иностранному языку // Иностранные языки в высшей школе.* – 1980. – № 15. – С. 96–102.

4. Крючкова Л.С., Мощинская Н.В. *Практическая методика обучения русскому языку как иностранному.* – М. : Флинта : Наука, 2013. – С. 401–471.

5. Миллер Ц.Г., Розентрер Е.А. *Сборник текстов для изложений с грамматическим заданием.* – М. : Просвещение, 1976. – 208 с.

6. Плёткин Н.А. Изложение с языковым разбором текста. – М. : Просвещение, 1988. – 208 с.

7. Пугачев И.А., Царева Н.Ю., Будильцева М.Б. Пишем изложение, составляем конспект. – М. : Русский язык, 2003. – 167 с.

8. Сорокина М.О. Изложение как метод преподавания на занятиях по РКИ (анализ ошибок в работах студентов) // Языки и литература в поликультурном пространстве. Журнал Алтайского государственного университета. – 2017. – № 3. – С. 71–75.

9. Сатретдинова А.Х., Самохина Г.А., Травинская Н.М., Максимова Т.Н. Учимся писать изложение: учебное пособие по русскому языку для иностранных студентов. – Астрахань: Изд-во ГБОУ ВПО АГМА, 2012. – 68 с.

10. Трушина Е.А. Русский язык как иностранный. Военная история : учеб.-метод. пособие для вузов. – Пенза : Филиал ВА МТО, Пенз. арт. инж. ин-т, 2018. – С. 123–126.

11. Трушина Е.А. Русский язык как иностранный. Работа с художественным текстом : учеб. пособие для вузов. – Пенза : Филиал ВА МТО, Пенз. арт. инж. ин-т, 2018. – С. 169–178.

12. Трушина Е.А. Русский язык как иностранный. Российская военная история : учеб. пособие для вузов. – Пенза : Филиал ВА МТО, Пенз. арт. инж. ин-т, 2019. – С. 105–114.

13. Трушина Е.А. Русский язык как иностранный. Работа с текстом на 3–4 курсах : учеб. пособие для вузов. – Пенза : Филиал ВА МТО, Пенз. арт. инж. ин-т, 2020. – С. 175–181.

УДК 316.77:001.12
ББК 76.0

**ПОТЕНЦИАЛ СРЕДСТВ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ ДЛЯ
МАНИПУЛЯЦИИ ОБЩЕСТВЕННЫМ СОЗНАНИЕМ ПОСРЕДСТВОМ
ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ПРИЕМОВ**

*В.В. Тыркалова, Московский университет имени А.С. Грибоедова,
г. Москва, Россия*

**THE POTENTIAL OF MASS COMMUNICATION MEDIA FOR
MANIPULATING PUBLIC CONSCIOUSNESS THROUGH LINGUISTIC
TECHNIQUES**

V.V. Tyrkalova, A.S. Griboyedov Moscow University, Moscow, Russia

Аннотация: Данная статья посвящена тому, каким потенциалом могут обладать средства массовой коммуникации для манипуляции общественном сознании, которые проводятся путем лингвистических приемов. В условиях бурного развития информационных технологий, а также общей политической нестабильности как внутри отдельных стран, так и в целом в мире, представляется важным понимать, каким именно образом средства массовой коммуникации могут быть задействованы в манипулировании обществом.

Ключевые слова: средства массовой коммуникации, медиа, медиаманипулирование, лингвистические приемы манипуляции.

Abstract: This article is devoted to the potential that mass communication media can have for manipulating public consciousness, which are carried out by means of linguistic techniques. In the context of the rapid development of information technologies, as well as general political instability both within individual countries and in the world as a whole, it seems important to understand exactly how mass communication media can be involved in manipulating society.

Key words: mass communication, media, media manipulation, linguistic manipulation techniques.

E-mail: vasviva@ya.ru

В условиях динамичного развития и совершенствования информационных и коммуникационных технологий, а также, как показали события последних нескольких лет, нестабильности политической ситуации и в мире, и внутри отдельных стран, представляется важным разобраться в том, каким образом средства массовой коммуникации могут использоваться в целях манипуляции общественным сознанием.

Цели такого манипулирования, как мы считаем, могут быть разными. Сам по себе термин «манипулирование» не носит позитивный или негативный оттенок. Все зависит от целей манипулятора.

Ниже хотим привести несколько дефиниций термина «манипулирование»:

1. Манипуляция (см. Список литературы – п.1) – это воздействие на сознание и эмоции человека, которое является неосознаваемым им и вызывает поступки (мысли или ощущения), которые выгодны манипулятору. И либо не соотносятся, либо противоречат истинным желаниям жертвы.

2. Согласно определению бразильского психолога Пауло Фрейре (см. Список литературы – п.3), манипуляция разумом «есть средство его порабощения». Это один из способов, с помощью которых «правлящие элиты пытаются подчинить массы своим целям».

3. Американский социолог Герберт Шиллер дает следующее определение манипуляции (см. Список литературы – п.2): «скрытое принуждение, программирование мыслей, намерений, чувств, отношений, установок поведения».

Манипуляция, в основном, воспринимается в негативном свете. Даже слова, которые ее характеризуют, уже могут вызывать некоторое отторжение: скрыто, тайно, неявно, воздействие с целью изменить поступки объекта, обман, управление, структурирование мира жертвы в интересах манипулятора и так далее. Манипуляция может ассоциироваться с обманом, лукавством, жульничеством, с тем, что она может привести к нежелательным для объекта манипулирования последствиям.

Однако, не все так однозначно. Не вся манипуляция является негативной. Родители, воспитывая детей, могут прибегать к ней, но с целью того, чтобы выработать у них общепринятые установки для взаимодействия с социумом. Преподаватели, ведя педагогическую деятельность, могут применять манипулятивные техники для того, чтобы ученики лучше усваивали материал. И речь идет не об устрашении учеников, а о том, чтобы заинтересовать их.

Но манипулирование также может приводить и к крайне негативным последствиям. Так, мы считаем уместным привести в этом контексте следующий

пример – историю секты «Ворота рая», которую создали в 1975 году в США Маршалл Эпплайт и Бонни Нэттлз. Маршаллу удалось уговорить 39 последователей своего учения покончить жизнь самоубийством, в качестве причины он говорил о, якобы, неминуемом столкновении Земли с кометой Гейла – Боппа. Он обещал своим адептам, что они покинут свои земные тела и отправятся в путешествие на космическом корабле. Тела 39 людей нашли 26 марта 1997 года, они усыпили себя фенотарбиталом, который смешали с пудингом (или фруктовым желе). Мы полагаем, что в данном случае адепты секты попали под сильное влияние ее лидеров, при котором, в том числе использовались и какие-то технологии манипуляции, которые привели к подобному плачевному результату.

Однако, подытоживая приведенное выше, мы считаем, что манипуляция – это инструмент, техника. Негативный или позитивный ключ она может приобретать в зависимости от того, какие цели преследует манипулятор.

Теперь же хотим разобрать манипуляции в контексте медиа. Если рассматривать СМИ как инструмент влияния на общественное сознание, можно прийти к выводу, что такой инструмент будет весьма результативным. СМИ рассчитаны на широкую и разнообразную аудиторию, они работают над тем, чтобы эта аудитория от них не ушла. Что является тем индикатором, благодаря которому аудитория не уходит? Доверие. Соответственно, СМИ имеют обширную аудиторию, которая им доверяет.

Таким образом, СМИ – это весьма удобный инструмент для проведения манипулятивных техник, воздействующих на аудиторию, являющийся отличным "исполнителем" для тех заказчиков, которые хотят вести свою пропаганду или манипуляцию. То же самое можно сказать о средствах массовой коммуникации. Что такое средства массовой коммуникации?

Средства массовой коммуникации или СМК – это специальные каналы и передатчики, благодаря которым происходит распространение информационных сообщений на большие территории (см. Список литературы – п.4).

Если рассматривать технический аспект, то можно дать следующую классификацию СМК:

- Средства массовой информации (СМИ): телевидение, пресса, сеть Интернет, радио;
- Средства массового воздействия (СМВ): кино, цирк, литература, театр, зрелища;
- Технические средства (почта, телефакс, телефон);
- Считаем, что к СМК можно также отнести всевозможные соцсети и приложения, которые доступны рядовым пользователям и позволяют распространять среди них информацию на, в том числе большие аудитории.

Общими факторами для такого функционирования массовой коммуникации (распространение информационных сообщений на большие территории) являются: массовая аудитория, которая требует, в том числе хорошо продуманной ценностной ориентации, посредством чего эту аудиторию можно заинтересовать, «завлечь»; имеющиеся в распоряжении технические средства, которые будут обеспечивать регулярность и тиражированность информации (в нынешних современных условиях мы считаем, что даже наличие телефона и выхода с него в сеть Интернет будет позволять распространять информационные материалы на постоянной основе – как пример, в приложении «Telegram» на данный момент пользуются популярностью каналы, создаваемые пользователями, которые позволяют писать короткие (или не очень) информационные сообщения и сразу же публиковать, аудитория таких телеграм-каналов может достигать нескольких миллионов человек; при этом, это все можно делать имея на руках лишь мобильный телефон; и здесь мы даже не говорим о том, что существуют более «продвинутое средства», специальные программы, которые позволяют охватить еще большие аудитории, которыми, например, пользуются современные редакции СМИ); многоканальность, а также возможность выбора тех коммуникативных средств, которые обеспечивают вариативность и нормативность массовой коммуникации; социальная значимость информации.

С точки зрения проведения манипуляции мы считаем, что потенциалом проводника такого медиаманипулирования может обладать любое СМК. Поскольку, что необходимо для манипуляции? Объект, на которого направлена

манипуляция. В данном случае им будет являться аудитория того или иного СМК. Субъект, который будет проводить такую манипуляцию (в зависимости от поставленных целей). Наличие у субъекта понимания и умения как грамотно воздействовать на аудиторию в контексте медиаманипулирования, для чего ему нужно знать приемы и методы манипуляции.

Чем обширнее по своей численности аудитория того или иного СМК, чем больше она резонирует и ей импонирует та или иная информация, публикуемая авторами, насколько больше сами авторы будут обладать знаниями и навыками психологии того, как манипулировать читателями/слушателями/зрителями, тем выше шансы того, что эта аудитория будет более легко поддаваема манипуляции.

Далее мы бы хотели остановиться на конкретных примерах в средствах массовой коммуникации, которые, как мы считаем, одержат в себе признаки манипулирования. В частности, мы берем в качестве примера публикации в телеграм-канале «Nexta» (здесь и далее при упоминании публикаций в данном телеграм-канале – см. Список литературы – п.5), который активно освещал события, происходящие в Белоруссии после президентских выборов в августе 2020 года.

Так, массовые протесты они окрестили "тусовкой" ("Тусовка на Киевском сквере преобразовалась в шествие. Без каких-либо лидеров!"). Здесь мы видим подмену понятий, поскольку «тусовка», особенно для молодежи, имеет более положительный контекст, это что-то веселое, куда можно сходить с друзьями и хорошо провести время. Между тем, в реальности это было далеко не так, поскольку данные «тусовки», как их называли в «NEXTA», представляли собой противостояние и стычки между протестующими и правоохранителями.

Кроме того, редакция телеграм-канала «NEXTA» позволяли себе публиковать материал в достаточно провокационных тонах: "... Но мы то с вами точно знаем, почему вечером 9 августа в центре Минска будет стоять устойчивый запах этих самых фекалий. Верно?". Тут, кроме всего прочего, мы усматриваем побудительный призыв к гражданам выходить в этот день на протесты. Здесь мы видим манипулятивные приемы: поиск поводов к драматизации и обострению

ситуации, информационный мусор (когда вбрасывается большое количество информации в медиа пространство, но при этом главных тем, которые действительно важны, при этом данная информация не касается вовсе; а подобного рода сообщений у данного телеграм-канала было множество), а также ссылку на несуществующие основания и ложную увязку. Экспрессивная подача материала, стремящаяся обострить ситуацию («... будет стоять устойчивый запах этих самых фекалий...»), ложная увязка, не имеющая под собой никаких оснований в реальности: «Но мы то с вами точно знаем, почему...»), и в общем и целом относим это к информационному мусору, поскольку значимость и информативность данного материала – стремится к нулю.

Также они говорят о том, что сотрудники предприятий, которых руководство предупреждает от участия в общенациональной забастовке, не будут уволены, поскольку "помните-всех уволить они не смогут. Чем больше людей присоединится к забастовке, тем безболезненнее она пройдет" . Во-первых, мы тут позволим себе не согласиться с тем, что забастовка в принципе может пройти безболезненно. Поскольку это означает остановку производства, что напрямую может повлиять на экономику страны, а также на уровень жизни граждан. А во-вторых, мы здесь опять же усматриваем призыв к протестным действиям.

Также стоит отметить, что "NEXTA" опубликовала многочисленные фото и видео материалами с подписями "жесткие задержания", "брутальные задержания" и т.п. Хотя на кадрах (особенно, если это фотографии) – невозможно разобрать, что предшествовало событиям на ролике/фотографии, а также на самих кадрах порой сложно было что-либо разобрать. Однако, сразу давалась эмоциональная заряженность в подписи к материалам.

Здесь мы видим пример манипулятивного воздействия через апелляцию к эмоциям посредством придания через эпитеты (или манипулятивный прием: лексические приемы информационного противоборства) негативного оттенка происходящего, а также отнесли бы это к «фейкам» (или полной дезинформации), поскольку повторимся, что на видео либо фотографии порой было очень сложно что-то разобрать. Также, стоит отметить, что несколько раз телеграм-канал

публиковал непроверенную информацию, которая в дальнейшем не подтверждалась со стороны официальных лиц. Не всегда конкретное данное сообщение получало развитие и подтверждение в самом телеграм-канале. Так, они неоднократно сообщали о жертвах.

Еще такого рода сообщение: "На видео видно, что парень не двигается. Надеемся, что с ним всё хорошо!". То есть, не имея проверенной информации, что произошло с человеком, тем не менее, они "вбрасывают" опять же апелляцию к эмоциям своей аудитории. Кстати, следующим сообщением, они дают официальную информацию от пресс-секретаря МВД Белоруссии Ольги Чемодановой, которая сообщила о госпитализации этого человека, предварительно у него – приступ эпилепсии. Сопроводила "NEXТА" данный материал припиской (в отношении Чемодановой): "неоднократно лгала".

Однако, насколько нам известно, данными, что в реальности произошло с человеком, редакция канала не располагала, что не помешало им строить предположение и высмеивать официальную информацию со стороны компетентных государственных органов.

Также редакция телеграм-канала "NEXТА" неоднократно публиковала планы (на те или иные числа), о том "что нам предстоит делать". Они просили максимально распространить информацию среди знакомых и близких. Далее шла подробная инструкция протестного движения. Мы считаем, что данный телеграм-канал можно назвать руководителем или координатором белорусских протестных движений (ряда акций, поскольку инструкции были предельно четкими).

Кроме того, они публиковали памятки для протестующих с "базовыми правилами" поведения, объяснением, как делать "сцепку", какую выбрать экипировку и т.д. Все это не напоминает сценарий, как они это сами называют, "мирных" собраний.

Помимо этого, телеграм-канал «NEXТА» предпринимал попытки выставить местные власти в нелицеприятном свете. Так, в одной из публикации они написали следующее: «Власти Жодино решили поджарить местных жителей... в прямом смысле этого слова. Сегодня в одном из домов по ул. Тимирязева 8

включили отопление. И это при температуре в 26 градусов тепла. Жители дома ждут специалистов от ЖКХ, пытаясь как-то спастись от жары». Здесь мы видим приемы: поиск поводов к драматизации и показную проблематику (путем заострения внимания, происходит отвлечение аудитории от более насущных проблем). Нейтральная подача материала в данном случае, как мы считаем, была бы: «Такого-то числа по адресу: ... было произведено включение отопления. Специалисты ЖКХ разбираются в ситуации». Здесь была бы сугубо сухая подача информации без какого-либо оттенка.

Касаемо того, чтобы показать, в каком свете «NEXTA» пыталась выставить белорусских правоохранителей (и в целом власть), можно привести еще одну публикацию: «Режим Лукашенко – это когда людей похищают прямо в центре гопники, которым за это ничего не будет». Здесь мы видим следующие приемы: манипулятивное комментирование (то или иное событие освещается с необходимым для манипуляторов акцентом; здесь все зависит исключительно от того, как СМИ подают материал и с какими комментариями, которые имеют воздействие на аудиторию и могут поменять ее мнение об информации в нужный ракурс), навешивание ярлыков, осмеяние.

Далее они публиковали следующую информацию: «Вся военная техника в Минске, а это значит, что у регионов полная свобода действий. Если вы живёте не в областных центрах, то не забываем сегодня выходить в 20:00 на центральные площади ваших городов. Вместе мы – сила!». О чем здесь можно говорить? О прямых призывах к выходам на улицу (что, как мы считаем является подстрекательством), где обещается «полная свобода действий». Мы считаем, что это можно классифицировать как прием медиаманипулирования - сокрытие реальных последствий того, к чему призывают.

Почему мы считаем, что тут уместен манипулятивный прием «сокрытие реальных последствий того, к чему призывают». Призывая к выходам на улицы, «NEXTA» не упоминала, что это чревато полной анархией на улицах, остановкой производств, что влияет на экономическую ситуацию в стране, дестабилизацией ситуации в социуме и масштабными социальными потрясениями, а также

сопутствующими пострадавшими. Действующая власть, для того, чтобы сохранить порядок в стране, была обязана реагировать на происходящее. Однако и это подавалось телеграм-каналом не как следствием на выходы людей на «мирные протесты», а как, назовем это, первопричиной проблем в стране и обвинением властей в жестокости. Между тем, как власть реагировала на беспорядки, стремясь пресечь их, и вернуть в городах порядок.

Еще, как один из примеров того, что «NEXТА» стремилась выставить власть в плохом свете, это сравнение с фашистами: «Сегодня на улицах наших городов замечено много фашисткой техники (прим. автора – как мы понимаем, под данной техникой редакция имела в виду «автозаки»)! Они что-то замышляют?». События времен фашистской Германии до сих пор находят болезненный отклик в сердцах людей. Все те ужасы, которые пришлось пережить народам во времена Второй мировой войны, оставили неизгладимый отпечаток на их судьбах. Одно слово «фашисты» уже отсылает аудиторию к крайне негативным эмоциям. Однако, уместно ли сравнивать те события, которые происходили в Белоруссии, и ужасы, которые происходили во времена существования фашисткой Германии, даже просто употребив соответствующий эпитет? Мы считаем, что нет.

Далее телеграм-канал публикует сообщение, сопровождаемое коротким видеороликом длиной в 39 секунд: «Задержания начинаются по всей стране». Здесь мы видим приемы медиаманипулирования: представить частное как общее, исключение – как правило (данный прием хорошо иллюстрируется на таком примере: есть некая тема, корреспондент обращается на улице к обычным гражданам, спрашивая, что они думают по поводу данной темы; в итоге в телерепортаже или в развернутом материале информгентства слово дается двум-трем гражданам, которые высказали личное мнение и являются «гласом народа»; корреспондент мог опросить и 20 человек, но выбор остановился на двух-трех, чьи мнения совпадали с позицией СМИ – это и является представлением частного как общего); и прием - преувеличение или преуменьшение с целью дезинформации.

Мы считаем, что недостаточно оснований, используя только один видеоролик, говорить о том, что задержания происходят по всей стране.

Отдельно мы бы хотели остановиться на символике, которую активно использовали сторонники протестов. Так, среди них был бело-красно-белый флаг. По некоторым данным, история его использования следующая: В 1918 году в условиях германской оккупации провозглашается Белорусская Народная Республика, символами которой стали герб «Погоня» (герб Великого княжества Литовского и его земельных гербов, а также правящей династии Гедиминовичей с конца XIV века) и бело-красно-белый флаг.

Также стоит вспомнить следующий исторический период в этом контексте: в период германской оккупации (1941–1944) во время Великой Отечественной войны бело-красно-белый флаг вместе с гербом «Погоня» использовался неофициально, белорусские националистические круги, сотрудничавшие с немцами, безуспешно добивались от немецких властей официального признания национальных символов на территории генерального округа Белоруссия рейхскомиссариата Остланд.

Кроме того, с символикой бело-красно-белого флага был проведён парад коллаборационистского формирования Белорусской краевой обороны. Белорусская краевая оборона – коллаборационистское формирование, образованное Белорусской центральной радой согласно постановлению командующего СС (военизированные формирования Национал-социалистической немецкой рабочей партии или НСДАП, лидером которой являлся фюрер, рейхсфюрер СС) и полиции генерального округа Белоруссия Курта фон Готберга от 23 февраля 1944 года.

Касаемо использования бело-красно-белых нарукавных повязок в те времена (а в современности мы можем проследить аналогию, когда протестующие использовали в своей одежде эти цвета), то они использовались участниками двух организаций. Первая – участники Белорусского корпуса самообороны (военизированное соединение Белорусской народной самопомощи, созданное по приказу генерального комиссара Генерального округа Белоруссия Вильгельма Кубе от 16 июля 1942 года ради помощи «немецкой и местной полиции в борьбе

против большевиков и саботажников»); оружие и амуниция должны были поставляться немецкой полицией).

Вторая организация, которая использовала данную символику - Союз белорусской молодёжи. Это белорусская националистическая организация, созданная Надеждой Абрамовой, которая сотрудничала с нацистами, в 1942 году по образцу гитлерюгенда (молодёжной организацией НСДАП).

Мы видим некоторую иронию в том, что «NEXTA», которая неоднократно в своих публикациях использовала по отношению к правоохранителям и действующей власти термины «фашисты», «гестаповцы» и т.п., между тем, как одним из символов протестов в Белоруссии летом 2020 года стал тот, который, как мы убедились выше, связан с нацистской Германией.

Нами были проанализированы порядка двух десятков сообщений, которые публиковала «NEXTA». В каждом из примеров мы выявили как минимум один прием медиаманипуляции. Теперь мы хотим отметить, что в особо «насыщенные дни», число публикаций за одни сутки в данном телеграм-канале могло достигать порядка сотни, а то и больше. Можно ли себе представить, какому информационному штурму подвергалась аудитория данного канала? На момент протестных событий летом 2020 года в Белоруссии аудитория канала «NEXTA» составляла порядка 2 млн человек. По данным, на 1 января 2022 года, численность населения республики составила 9 млн 255 тыс. 524 человека.

Протестные события сотрясали страну на протяжении нескольких месяцев. Все это время «NEXTA» выпускала подобного рода материалы, которые мы разбирали выше, в которых содержалась дезинформация, дискредитация действующей власти, а также призывы выходить на «тусовки» и «мирные акции протестов». Данное средство массовой коммуникации, как мы считаем, продемонстрировало широкий потенциал к манипуляции социумом.

В октябре 2021 года Telegram-каналы Nexta, Nexta Live и Luxta были признаны в Белоруссии экстремистским формированием, а его деятельность в стране запрещена. Сторонники оппозиции Белоруссии в период массовых протестных акций после президентских выборов 2020 года координировала свои

действия через Telegram-каналы, одним из наиболее популярных стал канал Nexta. Группа Telegram-каналов Nexta в числе первых была признана судом в Белоруссии экстремистскими материалами.

Люди, как правило, не всегда владеют навыками информационной гигиены. Под ней мы подразумеваем умение работать с информацией. Так, среди таких навыков, мы можем назвать: работа с фактчекингом (или проверкой на истинность, достоверность того или иного материала), понимание того, что желательно читать по теме как минимум два или три проверенных источников, кто вообще может являться и подходить под критерии проверенного источника, почему важно читать мнение двух сторон, находящихся в конфликте и прочее.

Все это очень сильно влияет на то, как человек потребляет информацию, а также к каким последствиям может вести такое потребление. Подобного рода потребление информации без понимания того, как грамотно с ней работать, может приводить к большим социальным потрясениям.

В руках умелого манипулятора, который умеет тонко (а иногда грубо) воздействовать на эмоциональные сферы того или иного человека, такие СМК становятся удобным орудием для проведения тех или иных манипуляций. Причем, как мы выше писали, человек может и не осознавать, что он является объектом такого манипулирования.

Бурное развитие технологий – с одной стороны – это благо. Однако, если такое благо попадает в руки тех, кто преследует свои цели (и не всегда это благополучие для простых граждан), то благом оно быть перестает.

Список литературы

1. Горина Е.В. *Коммуникативные технологии манипуляции в СМИ и вопросы информационной безопасности: учеб. -метод. пособие. М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 67 с.*

2. Шиллер Г. *Манипуляторы сознанием* // *propagandahistory.ru/books/Gerbert-SHiller-_Manipulyatory-soznaniem/3* (дата обращения: 22.04.2022).

3. Paulo Freire. *Pedagogy of the Oppressed*. – New York, 1971.

4. ИнфоПедия для углубления знаний // <https://infopedia.su/20x5b34.html>
(дата обращения: 22.04.2022).

5. https://t.me/s/nexta_live/ - NEXTA Live (дата обращения: 22.04.2022).

УДК 82.09

ББК 83

**ПЕРЕВОДЧЕСКАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ О. МАНДЕЛЬШТАМА
СТИХОТВОРЕНИЯ С. МАЛЛАРМЕ: К ПОЭТИКЕ
НЕЗАВЕРШЕННОСТИ**

А.А. Устиновская, Московский государственный гуманитарно-экономический университет, Московский университет имени А.С. Грибоедова, Москва, Россия

**TRANSLATION INTERPRETATION OF THE POEM OF S. MALLARME
BY O. MANDELSHTAM: TO THE POETICS OF INCOMPLETENESS**

*A. A. Ustinovskaya, Moscow State University of Humanities and Economics,
Moscow, Russia*

Аннотация. В статье рассматривается первый переводческий опыт О.Э.Мандельштама – перевод отрывка из Стефана Малларме, который считался творческой неудачей переводчика. Автор статьи оспаривает это суждение и показывает, что композиционные и переводческие приемы использованы Мандельштамом намеренно. В ходе анализа доказывается, что поэт обрывает перевод отрывка в соответствии со своим концептуальным замыслом. Прослеживаются смысловые связи указанного отрывка со стихотворениями О.Э.Мандельштама соответствующего периода. Указан имплицитный смысл межтекстового и межкультурного диалога, коррелирующий с общим направлением переводческой практики акмеистов.

Ключевые слова. Мандельштам, перевод, Малларме, отрывок, межтекстовый диалог, незавершенный текст.

Abstract. The article deals with the first translation experience of O.E. Mandelstam – translation of an excerpt from Stefan Mallarmé, which was considered a creative failure of the translator. The author of the article disputes this judgment and shows that compositional and translation techniques were used by Mandelstam intentionally. In the course of the analysis, it is proved that the poet cuts off the translation of the passage in accordance with his conceptual design. The semantic connections of this passage with the poems of O.E. Mandelstam of the corresponding period. The implicit meaning of intertextual and intercultural dialogue is indicated, which correlates with the general direction of the translation practice of acmeists.

Keywords. Mandelstam, translation, Mallarme, excerpt, intertextual dialogue, unfinished text.

E-mail: alyonau1@yandex.ru

О.Э. Мандельштам, как и А.А. Ахматова, достаточно продолжительный период своей жизни отрицательно относился к поэтическим переводам. Ахматова указывает, что в 1930-х гг. «Осип Эмильевич был врагом стихотворных переводов... Мандельштам знал, что в переводах утекает творческая энергия, и заставить его переводить было почти невозможно» [2, с. 202]. Массированные переводы 1920-х гг., которые выполнялись для заработка, в связи с этим представляются мало информативным материалом для анализа межкультурного диалога. На сегодняшний день общепризнанным является тезис о том, что перевод следует понимать «не только как акт речи, но и как акт межкультурной коммуникации» [3, с. 35]. Такое понимание перевода выводит исследователя в широкую сферу художественной прагматики, основные координаты которой могут трактоваться в духе концепции диалога Ю.М.Лотмана, предполагающей, что «любой акт мышления есть диалог» [7, с. 268]. Рассматривая глобальное взаимодействие разных культур, Лотман утверждает, что их развитие и обогащение возможно только в рамках диалогического взаимодействия. Эту культурологическую в своей основе идею можно спроецировать и на семиотику перевода, который в данном ракурсе будет пониматься как «поле» взаимодействия разных философско-эстетических систем. Особый интерес в таком контексте представляет переводческая деятельность поэтов. Так, очевидно, что в поэтических переводах реализуются не только характерные черты текстов-оригиналов, но и специфические особенности эстетико-поэтической системы самих переводчиков. Поэт-переводчик в этом случае оказывается своеобразным волшебным зеркалом, в котором оригинальный текст отражается прихотливо и не всегда точно. Степень точности, по-видимому, зависит как от степени близости эстетических систем, так и от самой метапоэтической концепции перевода.

В связи с этим рассмотрим примеры переводов О.Э. Мандельштама, выполненные не «по заказу», а добровольно, в соответствии с его желанием. Как указывает Н.Я. Мандельштам, ранние опыты переводов были не очень

удачными: «В юности он как-то пробовал переводить Малларме – ему посоветовал Анненский: учитеесь на переводах. Но ничего из этого не вышло, и О.М. убеждал меня, что Малларме просто шутник. И еще – Гумилев и Георгий Иванов будто дразнили его такой строчкой: «И молодая мать – кормящая сосна», то есть со сна» [8, с. 231]. Указанная строка – вероятно, набросок перевода из Малларме, в котором в итоге использована фраза «молодая мать с ребенком на руках».

Указанный отрывок является первым переводом Мандельштама, после которого обращение к переводам было приостановлено на долгие годы. Подробный анализ перевода в его сопоставлении с оригинальным текстом представлен в исследовании К. Рагозиной [10], здесь же обратим внимание на то, что вырванный из контекста отрывок приобретает принципиально иной смысл.

Таблица 1. Перевод отрывка из С. Малларме Осипом Мандельштамом

Оригинальный текст	Перевод О.Э. Мандельштама
<p>La chair est triste, hélas ! et j'ai lu tous les livres.</p> <p>Fuir ! là-bas fuir ! Je sens que des oiseaux sont ivres</p> <p>D'être parmi l'écume inconnue et les cieux !</p> <p>Rien, ni les vieux jardins reflétés par les yeux,</p> <p>Ne retiendra ce cœur qui dans la mer se trempe,</p> <p>O nuits ! ni la clarté déserte de ma lampe</p> <p>Sur le vide papier que la blancheur défend,</p> <p>Et ni la jeune femme allaitant son enfant.</p> <p><далее перевод отсутствует></p> <p>Je partirai ! Steamer balançant ta mâture,</p> <p>Lève l'ancre pour une exotique nature !</p>	<p>Плоть опечалена, и книги надоели... Бежать... Я чувствую, как птицы опьянели</p> <p>От новизны небес и вспененной воды.</p> <p>Нет – ни в глазах моих старинные сады</p> <p>Не остановят сердца, пляшущего, доле;</p> <p>Ни с лампою в пустынном ореоле</p> <p>На неисписанных и девственных листьях;</p> <p>Ни молодая мать с ребенком на руках... [9, с. 162]</p>

<p>Un Ennui, désolé par les cruels espoirs, Croit encore à l'adieu suprême des mouchoirs !</p> <p>Et, peut-être, les mâts, invitant les orages, Sont-ils ceux que le vent penche sur les naufrages</p> <p>Perdus, sans mâts, sans mâts, ni fertiles îlots...</p> <p>Mais, ô mon cœur, entends le chant des matelots ! [1]</p>	
--	--

Мандельштам обрывает свой перевод перед той частью, где лирический герой стихотворения уверенно утверждает «Я уезжаю!», оставляя в силе только первую часть, где рассказывается о твердом намерении бежать и о том, что героя уже никто не удержит от этого намерения. Мандельштам в своем переводе полностью элиминирует тему моря: у Малларме сердце героя рвется в море, и вся вторая часть посвящена именно «морской» теме: упоминается корабль, мачты, матросы и пр. В строке “*ce cœur qui dans la mer se trempe*” («это сердце, которое бросается в море») Мандельштам переводит «сердца, пляшущего доле». Само заглавие стихотворения – «Морской бриз» - недвусмысленно указывающее на тему моря, в переводе Мандельштама отсутствует.

Соответственно, стихотворение о тоске по морю и желании уплыть на корабле в интерпретации Мандельштама приобретает более общий характер – это некий манифест эскапизма, не желание бежать в море, а в целом манифест усталости от жизни, когда «прочитаны все книги», и ничто не может удержать от желания убежать. В таком прочтении можно увидеть в тексте даже отсылку к теме суицида. К. Рагозина комментирует выполненный перевод так: «Сдается мне, что Малларме был непереволим для него – принципиально, при всем обманном внешнем сходстве построения стиха этих двух поэтов. Потому и «не дотянул» Мандельштам свой перевод» [10]. По нашему мнению, в данном случае

имеет место не «неудачный перевод», а намеренный обрыв текста, позже использованный как прием уже А.А. Ахматовой при переводе отрывка из «Макбета» [см. 4 – 6]. Концепция незавершенности проверялась О.Э.Мандельштамом на стихотворении «О небо, небо, ты мне будешь сниться...» [9, с. 70]. Мотив опостылевшего, опечаленного тела, коррелирующий с переводом из С. Малларме, используется в написанном в 1909 году стихотворении Мандельштама:

Дано мне тело – что мне делать с ним,
Таким единым и таким моим?

За радость тихую дышать и жить
Кого, скажите, мне благодарить?

Я и садовник, я же и цветок,
В темнице мира я не одинок.

На стекла вечности уже легло
Мое дыхание, мое тепло.

Запечатлеется на нем узор,
Неузнаваемый с недавних пор.

Пускай мгновения стекает муть –
Узора милого не зачеркнуть [9, с. 32].

То же в стихотворении 1909 года «Истончается тонкий тлен...» [9, с. 33]: мотивы эскапизма, отторжения своего тела и отвержения жизни. Эти мотивы представлены в стихотворениях 1910 г. «Как тень внезапных облаков...», «В огромном омуте прозрачно и темно...», “Silentium” и пр. – Мандельштам как бы «допереводит» Малларме, развивает далее эскапистские мотивы, продолжая начатый межкультурный и межтекстовый диалог.

Таким образом, переведенный О.Э. Мандельштамом небольшой отрывок из известного стихотворения Малларме «Морской бриз» задуман именно как отрывок и представляет собой намеренно сокращенный переводчиком текст, коррелирующий с творчеством О.Э. Мандельштама в 1909-1910 гг. Установка на межтекстовый диалог и модификацию – образную, композиционную, ритмическую – текста оригинала предполагала прочтение перевода через призму «двойной оптики»: интересны не только переводческие техники и приемы, но и изменения, внесенные переводчиком в текст, позволяющие воспринимать произведение как реплику в дистантном диалоге с автором оригинала.

Список литературы

1. *Mallarmé S. Brise Marine // Le Parnasse contemporain, Alphonse Lemerre [Slatkine Reprints]. – 1866. – Vol. I. – P. 168.*
2. *Ахматова А.А. Листки из дневника // Вопросы литературы. – 1989. – №2. – С. 178 – 217.*
3. *Боцьева Ф.А. Теория художественного перевода в современной компаративистике // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2008. – № 69. – С. 35–38.*
4. *Кихней Л.Г., Ламзина А.В. Отрывок «Макбета» У Шекспира в переводе и истолковании Анны Ахматовой // Научный диалог. – 2020. – № 9. – С. 222–234.*
5. *Кихней Л.Г., Темиришина О.Р. От замысла к тексту: парадоксы незавершенности («Поэма без героя», наброски балетного либретто и «Проза о Поэме») // Филологический класс. – 2019. – № 3 (57). – С. 19–28.*
6. *Ламзина А.В., Кихней Л.Г. «Эхо» Эдгара По в «Поэме без героя» и поздних стихах Анны Ахматовой // Litera. – 2021. – № 1. – С. 1–14.*
7. *Лотман Ю.М. Механизмы диалога // Лотман Ю.М. Семиосфера. – СПб.: «Искусство-СПб», 2001. – С. 268 – 276.*
8. *Мандельштам Н.Я. Воспоминания. – Т. 1. – Прозаик, 2021. – 552 с.*
9. *Мандельштам О.Э. Собрание сочинений: В 4 т. – М.: Арт-Бизнес-Центр, 1993. – Т. 1. – 360 с.*

10. Рагозина К. Перевод, незаконченный и неудачный // https://vladivostok.com/speaking_in_tongues/ragozina.htm (дата обращения 21.10.2022)

УДК 82.09
ББК 83

**АНТИКАТОЛИЧЕСКАЯ ПОЛЕМИКА Ф.М. ДОСТОЕВСКОГО В
ЭПИСТОЛЯРИИ (1867 – 1872) И ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТВОРЧЕСТВЕ
(РОМАНЫ «ИДИОТ» И «БЕСЫ»)**

*А.А. Юдахин, Институт международного права и экономики
имени А.С. Грибоедова, г. Москва, Россия*

**F.M. DOSTOYEVSKY'S ANTI-CATHOLIC POLEMIC IN EPISTOLARY
(1867 – 1872) AND ARTISTIC CREATIVITY (NOVELS «IDIOT» AND
«DEMONS»)**

*A.A. Yudakhin, Griboyedov Institute of International Law and Economics,
Moscow, Russia*

Аннотация. В статье приводится контент-анализ антикатолической полемики Ф.М.Достоевского в письмах к А.Н. Майкову и Н.Н. Страхову (1867–1871-е гг.) в соотношении с антикатолической риторикой, присутствующей в романах Достоевского «Идиот» (1868) и «Бесы» (1872). Конфессиональная проблематика раскрывает религиозно-философский и христологический пласты историсофской мысли и художественного творчества писателя, в то время как характер и методы антикатолических высказываний Достоевского коррелируют с константными чертами модуса мышления "автора Карамазовых": диалектизм, полемичность, диалогичность.

Ключевые слова: Достоевский, Майков, Страхов, конфессия, религиозная философия, христология, диалектичность, полемичность, диалогичность, католицизм, православие, роман «Идиот», роман «Бесы».

Abstract. The article presents a content analysis of F.M. Dostoevsky's anti-Catholic polemics in letters to A.N. Maykov and N.N. Strakhov (1867–1871) in relation to the anti-Catholic rhetoric present in Dostoevsky's novels «The Idiot» (1868) and «Demons» (1872). Confessional problematics reveals the religious-philosophical and Christological layers of historiosophical thought and artistic creativity of the writer, while the nature and methods of Dostoevsky's anti-Catholic statements correlate with the constant features of the mode of thinking of the "author of the Karamazovs": dialecticism, polemic, dialogic.

Keywords: Dostoevsky, Maikov, Strakhov, confession, religious philosophy, Christology, dialectic, polemic, dialogic, Catholicism, Orthodoxy, the novel «Idiot», the novel «Demons».

E-mail: artemyudakhin@yandex.ru

Введение в проблематику

"Достоевский описывал и изображал не душевную, но духовную реальность. Он изображал первореальность человеческого духа, его хтонические глубины, в которых Бог с дьяволом борется, в которых решается человеческая судьба" [18] — такую характеристику фундаментальных основ творчества Ф.М.Достоевского дал известный богослов, патролог и философ Русского Зарубежья протоиерей Георгий Флоровский. Тот факт, что в своих произведениях Достоевский фиксирует, прежде всего, "духовную реальность", т.е. религиозно-философскую проблематику, является общепризнанным в среде исследователей творчества писателя. Достоевский-социолог и Достоевский-психолог всегда уступают место Достоевскому-метафизику или Достоевскому-"тайнозрителю" [18]. Протопресвитер Василий Зеньковский констатирует, что "творчество Достоевского сосредоточено вокруг вопросов философии духа, — это темы антропологии, философии истории, этики, философии религии" [6].

Однако примарная для писателя религиозная тематика не является отвлеченной интеллектуальной спекуляцией и теоретизацией, она вполне конкретна и даже субъектна. Главный герой главной религиозно-философской темы для Достоевского — это Богочеловек Иисус Христос. В статье «Венец терновый (памяти Ф.М. Достоевского)» С.Н. Булгаков написал о Достоевском следующее: "...в известном смысле все его книги, особенно последних лет, написаны о Христе, во всех Он является истинным, хотя и незримым центром, иногда выступая открыто" [4]. Именно Христос и христология в различных ее аспектах (этический, эстетический, догматический) находятся в фокусе творческого внимания и созерцания русского писателя. Однако Христа — конкретную Богочеловеческую Личность Достоевский воспринимает также конкретно — сквозь призму собственного православно-христианского мировоззрения [9]. Православная вера, которую исповедовал писатель, наложила существенный отпечаток на все послекаторжное творчество Достоевского. Глубина и искренность веры писателя настолько явно и сильно отобразились в его произведениях, что сербский богослов и мыслитель XX века преподобный

Иустин (Попович) прямо называет Достоевского "величайшим исповедником, типичнейшим и оригинальнейшим представителем Православия и православной философии новейшего времени" [7, 17].

Таким образом, наряду с религиозно-философской и христологической проблематикой, важное место в творчестве Достоевского занимала конфессиональная тема. Однако каждое из этих константных начал-измерений творчества писателя, соприкасающихся и переходящих одна в другую, насыщено внутренним динамизмом. Поле напряжения внутри каждого измерения образует характерные для психологического портрета писателя диалектизм и полемичность. Модель мышления Достоевского – диалектична и, как отмечает С.В. Сызранов, "представление о Достоевском как о великом диалектике является одной из аксиом достоевковедения" [16, 174]. Образ мышления воплотился в диалектическом творческом методе писателя. Советский литературовед Л.М. Розенблюм сделала важные выводы при анализе записных тетрадей Достоевского первой половины 1860-х гг.: в записных тетрадях и книжках, практически отсутствует самоанализ, мысль Достоевского направлена во вне, а не во внутрь, как, например, у Толстого в его записных книжках [14, 12]. "Обостренная полемичность" [14, 12] записей Достоевского выступает уже не как характеристика записей и текста, но как черта психологии автора. Положение Л.М. Розенблюм подтверждает М.М. Бахтин. В работе «Проблемы творчества Достоевского» он отмечает, что "в мышлении Достоевского нет генетических и каузальных категорий" [3, 33], писатель "постоянно полемизирует" [3, 33], исходя из чего, мы можем сделать вывод о том, что "глубокая диалогичность и полемичность самосознания" [3, 101] персонажей романов Достоевского является ничем иным, как зеркальным отображением собственного полемического *modus cogitandi* их творца. К диалектизму и полемичности мысли Достоевского Бахтин добавляет третью составляющую — диалогичность: "Все в романах Достоевского сходится к диалогу, к диалогическому противостоянию как к своему центру. Все – средство,

диалог – цель. Один голос ничего не кончает и ничего не разрешает. Два голоса – *minimum* жизни, *minimum* бытия" [3, 153].

Обращаясь к конфессиональному аспекту мировоззрения и творчества Достоевского, отметим, что диалектичность и полемичность мысли писателя зафиксированы в ряде жестких бинарных оппозиций: Христу противостоит Антихрист, Православию и России – католицизм и Запад (Европа). В конфессиональной проблематике как в фокусе сходятся все три пласта мировоззрения писателя: религиозно-философский, христологический и собственно конфессиональный. Все вместе эти пласты составляют идейный каркас историсофской системы Достоевского. Таким образом, анализ конфессиональной проблематики творчества писателя является ключом к релевантному пониманию, как заветных идей Достоевского, так и оригинальных творческих методов их раскрытия.

Центральной для творчества Достоевского конфессиональной темой является антагонистическое противостояние русского православия как истинного, евангельского христианства и римо-католицизма как христианства ложного. Антикатолическая полемика на протяжении многих лет, вплоть до кончины писателя в 1881 году, составляла одну из константных черт творчества Достоевского. Антикатолические пассажи присутствуют в трех из пяти «великих» романов Достоевского, критика папства и католицизма является одной из ведущих тем «Дневника писателя». Однако это лишь внешняя канва творчества Достоевского, известная широкому кругу читателей. Не предполагавшийся к публикации материал — эпистолярный и записные тетради 1860-1880-х гг., черновые заметки к романам, также содержит многочисленные размышления Достоевского о католицизме. Все это говорит о том, что высокочастотная, отличающаяся жесткостью и непримиримостью критика католичества Достоевским носила не второстепенный, фоновый характер, но имела для писателя принципиальное значение.

Антикатолические воззрения писателя сформировались в начале 1860-х гг. под влиянием славянофильской идеологии, главным выразителем которой был

А.С. Хомяков. Записные книжки Достоевского первой половины 1860-х гг., его деятельность в качестве соредатора журналов «Время» и «Эпоха» свидетельствуют о чрезвычайном интересе писателя к католической тематике. В записной тетради 1863-1864-х гг. Достоевский делает наброски к политической статье и, среди прочего, констатирует следующее положение: "Между нами и цивилизацией вера. Начало католическое и византийское" (20, 171)¹. Под "цивилизацией" в данном случае подразумевается Европа, а под "византийским началом" – русское православие. Исторический антагонизм России и Запада Достоевский осмысляет на фоне двух событий, всколыхнувших общественно-политическую жизнь Европы 1860-х гг.: польское восстание 1863-1864-х гг. в Российской империи и борьба Итальянского королевства с Папской областью, в результате которой Папское государство было ликвидировано в 1870 г. Отношение Достоевского к католической теме внутри "польского вопроса" и "римского вопроса" подробно раскрыто в двух моих предыдущих публикациях [21; 22], поэтому обратимся к следующему этапу формирования антикатолических воззрений писателя.

После закрытия в 1865 году журнала братьев Достоевских «Эпоха», антикатолическая полемика писателя перемещается в записные тетради, эпистолярный, художественные произведения и черновые наброски к ним. Католическая тема в эпистолярной второй половине 1860-х – начала 1870-х гг. – весьма важный этап в эволюции антикатолических воззрений писателя. В письмах к А.Н. Майкову и Н.Н. Страхову Достоевский, не стесненный требованиями открытого публицистического жанра, раскрывает свои заветные чаяния и исторические идеи, которые, опосредованно, устами литературных персонажей выскажет в романах «Идиот» (1868) и «Бесы» (1872). Таким образом, антикатолическая риторика Достоевского в письмах к

¹ Здесь и далее тексты Достоевского цитируются по изданию: *Достоевский Ф. М.* Полное собрание сочинений: в 30 т. Л., 1972. Все цитации Собрания сочинений Достоевского оформляются в тексте статьи следующим образом: номер тома, номер страницы.

единомышленникам, во-первых, "обрамляет" и, во-вторых, уточняет и проясняет присутствие антикатолической темы как в романе «Идиот», так и в романе «Бесы», оконченом в 1872 г.

К примеру, гневную филиппику князя Мышкина в адрес папства, католической идеи и Римско-Католической Церкви следует рассматривать контекстуально, учитывая антикатолические воззрения Достоевского, зафиксированные, в том числе, в письмах писателя к А.Н. Майкову и Н.Н.Страхову. При таком контекстуальном подходе речь Мышкина против католицизма уже не воспринимается читателем как акцидентальный сюжет, избыточная художественная вставка, но как существенно-важный для самого писателя элемент его собственной антикатолической полемики.

Репрезентация антикатолической риторики Ф.М. Достоевского в письмах к А.Н. Майкову и Н.Н. Страхову (1867–1871)

Первое интересующее нас письмо, датированное 31 декабря 1867 г., адресовано А.Н. Майкову — видному русскому поэту и переводчику XIX столетия, близкому другу и единомышленнику Достоевского. Писатель, находясь в Швейцарии, сообщает А.Н. Майкову о написании им первой части нового романа, главную идею которого Достоевский сформулировал в нескольких словах: "*изобразить вполне прекрасного человека*" (28, кн. 2: 241). Большая часть письма посвящена обсуждению романа «Идиот», жизни Достоевского в Женеве и его финансового положения. Критикуя нравы местного населения и европейцев целом, Достоевский переходит из плоскости нравственно-бытовой в плоскость историософскую: "мы (русские — *прим. автора*) в это время великую нацию составляли, Азию навеки остановили, перенесли бесконечность страданий, сумели перенести, не потеряли русской мысли, которая мир обновит, а укрепили ее, наконец, немцев перенесли, и все-таки наш народ безмерно выше, благороднее, честнее, наивнее, способнее и полон другой, высочайшей христианской мысли, которую и не понимает Европа с ее дохлым католицизмом" (28, кн. 2: 243).

Следующее письмо, датированное 18 февраля 1868 г., фактически является продолжением январского письма. Помимо повторного утверждения о грядущем великом обновлении мира через русскую мысль, которая "плотно спаяна с православием" (28, кн. 2: 260), Достоевский пишет: особое преимущество русского народа в сравнении с европейским заключается еще и в том, что у первого "больше непосредственной веры в добро как в христианство, а не как в буржуазное разрешение задачи о комфорте" (28, кн. 2: 260).

В мае 1869 г., уже находясь во Флоренции, Достоевский обращается к А.Н.Майкову с предложением написать поэму, которая в стихотворной форме излагала бы русскую историю. Предлагая поэту собственный набросок сюжетов, важнейших "точек и пунктов" (29, кн. 1: 39) отечественной истории, Достоевский артикулирует ряд характерных тезисов. Падение Константинополя в 1453 г., т.е. финальное событие византийской истории, вполне естественно, "без сомнения и даже без обдумывания" (29, кн. 1: 40), вписывается Достоевским в контекст русской истории, воспринимается им как "былина *из русской истории*" (29, кн. 1: 40). Главным фактором, обуславливающим данное историческое единство, выступает фактор религиозный: говоря о свадьбе великого князя Ивана III и Софии Палеолог, Достоевский замечает, что в княжескую деревянную избу "переходит и великая идея о всеправославном значении России... полагается мысль...целого нового мира, которому суждено обновить христианство всеславянской православной идеей и внести в человечество новую мысль, когда загниет Запад, а загниет он тогда, когда папа исказит Христа окончательно и тем зародит атеизм в опоганившемся западном человечестве" (29, кн. 1: 40). Далее Достоевский предлагает образный ряд, символически изображающий два противостоящих друг другу мира. Православную Московскую Русь олицетворяют "деревянная избушка" (29, кн. 1: 40), великий князь, митрополит "в бедных одеждах" и прижившаяся в России "Фоминишна", София Палеолог – персона-выразитель преемства на Руси византийской идеи (29, кн. 1: 40). Европа начала XVI столетия Достоевским типологически изображается следующим рядом: "Италии, папства, искусства храмов, Рафаэля, поклонения Аполлону

Бельведерскому, первых слухов о реформе, о Лютере, об Америке, об золоте, об Испании и Англии" (29, кн. 1: 40). Оба ассоциативных ряда чрезвычайно важны в контексте антикатолической полемики Достоевского, о чем подробнее будет сказано ниже.

Через год, в октябре 1870 года, Достоевский, в письме к А.Н. Майкову, вновь возвращается к своей антикатолической программе. Находясь в Дрездене и работая над написанием романа «Бесы», Достоевский в письме другу постулирует "исключительно-православное" назначение России для человечества (29, кн. 1 : 147), говорит о "*свете с Востока*, который потечет к ослепшему на Западе человечеству, потерявшему Христа" (29, кн. 1: 146). Достоевский резюмирует: "Всё несчастье Европы, всё, всё безо всяких исключений произошло оттого, что с Римскою церковью потеряли Христа, а потом решили, что и без Христа обойдутся" (29, кн. 1: 146-147). В письме к Н.Н.Страхову от 18 мая 1871 года писатель развивает высказанную мысль: "Напишут много книг, а главное упустят: на Западе Христа потеряли (по вине католицизма), и оттого Запад падает, единственно оттого. Идеал переменялся, и — как это ясно! " (29, кн. 1: 214).

Контент-анализ антикатолической риторики Ф.М. Достоевского

Практически каждая из вышеприведенных цитат Достоевского выражает тот или иной аспект религиозных и историософских воззрений писателя — причем именно сквозь призму конфессиональной проблематики, а, именно, антикатолической полемики автора. В письме А.Н. Майкову от 31 декабря 1867 года Достоевский усваивает русскому народу качество, резко отличающее его от народов Европы. Писатель выводит образ народа, который за свою историю перенес "бесконечность страданий" (28, кн. 2: 243). Как верно замечает Н.О.Лосский, "страдание, согласно Достоевскому, имеет не только воздеятельный, но вместе с тем и целительный смысл: оно побуждает человека одуматься, очиститься и искать новых путей жизни" [10]. Перманентный опыт страданий во-первых, изнутри изменил лик русского народа, духовно и

нравственно преобразил его. В нем ни осталось ни тени гордости и самодовольства. Как напишет Достоевский позднее в «Дневнике писателя»: "Никогда, даже в самые торжественные минуты его истории не имеет он гордого и торжествующего вида, а лишь умиленный до страдания вид; он вздыхает и относит славу свою к милости Господа" (21, 36). И, во-вторых, именно в силу кроткого и смиренного несения страданий русский народ, в представлении Достоевского, оказался "безмерно выше, благороднее, честнее, наивнее, способнее" (28, кн. 2: 243) европейских народов, не имевших подобного опыта. Однако, смиренное принятие и достойное несение страданий не было бы возможным, если бы русский народ не принял в свое сердце Христа и не признал бы своей высшей ценностью обретение святости². В «Дневнике писателя» Достоевский напишет: "Может быть, единственная любовь народа русского есть Христос" (21, 38). Именно в силу того, что "воля к любви есть воля к жертве, воля к страданию" [20, 29], русский народ-христоносец становится народом-страдальцем³, с кротостью и смирением перенесшим "многовековую крестную ношу" (23, 104). Понятия народ-страдалец и народ-христоносец Достоевский подразумевает, но напрямую не употребляет. Однако писатель, устами героя романа «Бесы», вводит в религиозно-философский обиход концепт "народа-богоносца" (10, 196), по сути включающий в себя два вышеназванных аспекта (страдание и любовь ко Христу), а также третий — наличие особой миссии, которую Достоевский рассматривает именно в конфессиональном разрезе.

Миссия русского народа-богоносца, по Достоевскому, «плотно спаяна с православием» (28, кн. 2: 260) (письмо А.Н. Майкову от 18 февраля 1868 г.) и заключается "в разоблачении перед миром Русского Христа, миру неведомого, и которого начало заключается в нашем родном Православии" (29, кн. 1: 30)

² "Признав святость высшею ценностью, стремясь к абсолютному добру, русский народ не возводит земные относительные ценности, например, частную собственность, в ранг «священных» принципов" — *цит. по: Лосский Н.О.* Достоевский и его христианское миропонимание. Часть II. Глава 8. Россия и русский народ: [Электронный ресурс]. URL: <https://azbyka.ru/otechnik/filosofija/dostoevskij-i-ego-hristianskoe-miroponimanie/2> (дата обращения: 13.11.2022).

³ Подробно этот вопрос рассмотрен в указанной статье *прот. П. Хондзинского*.

(письмо Страхову от 18 марта 1869 г.). Какой смысл вложен Достоевским в словосочетание "русский Христос"? И.А. Кириллова полагает, что «тот, кого Достоевский именует "русским Христом", есть Евангельский, церковный образ Христа в преломлении народного почитания» [8, 23]. Немецкий исследователь Л. Мюллер предлагает на мой взгляд более корректную расшифровку словосочетания «русский Христос»: "«русским» этот Христос может быть назван лишь в том смысле, что его лик сохранен русским народом (по мнению Достоевского) в изначальной чистоте" [12, 383], т.е. почва, русский народ сохранил аутентичный, евангельский Лик Христа, не привнеся в Него ничего от себя.

Здесь мы должны вернуться к мыслям, высказанным мной в первом разделе. Во-первых, историософская система Достоевского объединяет три генеральных пласта его мысли и творчества: религиозно-философский, христологический и конфессиональный. Во-вторых, характер концептуальных построений русского писателя носит на себе явный отпечаток диалектизма, полемичности и диалогизма. Сам образ мышления писателя как бы предполагал обязательное наличие контроверзы, полемики и дискуссии. Бахтинское «слово с оглядкой» [3, 89] как нельзя лучше описывает такой модус мышления и поясняет, почему Достоевский все время прибегает к противопоставлениям и методу доказательства «от противного». В-третьих, ведущей рабочей схемой для Достоевского при описании историософского противостояния России и Запада является именно конфессиональная проблематика, раскрываемая в ряде бинарных оппозиций на нескольких смысловых уровнях. На материале писем эти пласты можно систематизировать следующим образом:

1) Религиозно-философский: в русском народе "больше непосредственной веры в добро как в христианство, а не как в буржуазное разрешение задачи о комфорте" (28, кн. 2: 260).

2) Христологический: русский Христос, т.е. Христос евангельский, противопоставляется писателем "искаженному" (29, кн. 1: 40) католичеством Христу Запада.

3) Конфессиональный: народ-богоносец и Россия, имеющая "исключительно-православное" значение для человечества (29, кн. 1: 147), противопоставляется "опоганившемуся западному человечеству" (29, кн. 1: 40) и Католической Церкви, по вине которой Запад потерял Христа (29, кн. 1: 214). Живая "всеславянская православная идея" (29, кн. 1: 40) противопоставляется "дохлому католицизму" (28, кн. 2: 243).

4) Символично-типологический: смиренный кенотический Христос, пребывающий среди смиренного русского народа (деревянная изба, великий князь, митрополит в бедных одеждах) противопоставляется Италии эпохи Возрождения, папству, католицизму и Аполлону Бельведерскому (29, кн. 1: 40).

"Поклонение Аполлону Бельведерскому" (29, кн. 1: 40) — очень важный мотив антизападной программы Достоевского. Античная статуя скульптора Леохара, изображающая древнегреческого бога солнечного света Аполлона, в представлении Достоевского становилась воплощением и символом западного культа человекобожия. В дневнике 1880 года Достоевский, размышляя о судьбах Римской империи и христианской Церкви, напишет: "Произошло столкновение двух самых противоположных идей, которые только могли существовать на земле: человекобог встретил богочеловека, Аполлон Бельведерский Христа" (26, 169). Причем идеал человекобожия после крушения Западной Римской империи воспринимает Западная Церковь, поскольку, по мнению Достоевского, папство есть ни что иное как "продолжение древней Римской империи в новом воплощении" (26, 169). Такой взгляд на Римско-Католическую Церковь как на обмирщенное учреждение, государственный институт, Достоевский заимствует у славянофилов и, прежде всего, у А.С. Хомякова, писавшего, что на Западе "государство от мира сего заняло место христианской Церкви" [19, 53]. Во второй половине 1870-х гг., в «Дневнике писателя», Достоевский не раз будет повторять мысль о том, что римское католичество продало Христа за земное владение (22, 88; 26, 85), обратив все Христово дело лишь в "заботу о земном владении своем и о будущем государственном обладании всем миром" (26, 90). Уже в 1860-е гг. в историческом и конфессиональном видении Достоевского

сложилась альтернатива между "государственным христианством господства в Европе и христианством любви и жертвенности в России" [1, 13].

Антикатолическая риторика в романах «Идиот» и «Бесы»

Монолог князя Мышкина, помещенный Достоевским в VII главе IV части романа «Идиот» и антикатолические пассажи героев романа «Бесы», оставленные в набросках или же реализованные в тексте произведения, являются ничем иным как вариациями обличительной антикатолической программы самого Достоевского, артикулированной в письмах к А.Н.Майкову и Н.Н. Страхову.

Антикатолическую риторику князя Мышкина можно свести к нескольким тезисам. Во-первых, князь высказывает в адрес Католической Церкви обвинение в обмирщении и огосударствлении: "По-моему, римский католицизм даже и не вера, а решительно продолжение Западной Римской империи, и в нем всё подчинено этой мысли, начиная с веры" (8, 450). Во-вторых, католичество, по мнению князя, номинально оставаясь религией христианской, в сущности своей есть уже вера нехристианская и, более того, "католичество римское даже хуже самого атеизма" (8, 450), поскольку, если атеизм "проповедует нуль" (8, 450), то католицизм "искаженного Христа проповедует, им же оболганного и поруганного, Христа противоположного!" (8, 450). "Христос противоположный" есть Христос ложный, т.е. антихрист. Греческая приставка "ἀντί-" может быть переведена не только как "против", но и как "вместо". Поэтому антихрист есть не только тот, кто противостоит Христу, но и тот, кто выдает себя за Него. Именно в этом смысле следует понимать данный отрывок, т.к., исходя из слов Мышкина, католицизм, проповедуя ложного Христа, лжехриста, исказил христологию, т.е. самые основы вероучения христианской Церкви об Иисусе Христе. Аберрация христианского благовестия на Западе произошла как раз в силу огосударствления Римской Церкви. Таким образом, конфессиональная и христологическая проблематики в речи князя Мышкина смыкаются, представляя единое целое.

В романе «Бесы» Достоевский фактически продолжает уже озвученный в «Идиоте» мотив оболгания и искажения Христа католичеством, прямым следствием которого явилось религиозное и нравственное оскудение Запада. В подготовительных материалах к роману «Бесы» Достоевский набрасывает речь Шатова на публичном чтении, в которой должны были прозвучать следующие слова: "Религия на Западе пала. Тамошний мир мучится недостатком духовной жизни ... Бросились на социализм и жаждущие жизни духовной, и голодные ... Там, как нарочно, все сошлось, ибо католицизм уничтожил веру в Бога, извратив Христа" (11, 145). Поскольку замысел романа совпадает со временем проведения I Ватиканского собора (1870), Достоевский не мог не отозваться на это грандиозное событие католического мира. В отношении инициатора созыва Собора, папы Пия IX, Достоевский в черновых набросках к «Бесам» высказывается предельно резко и однозначно: "папа — антихрист" (11, 177)⁴. В подготовительных материалах находим также следующие агрессивные выпады в адрес католичества: "На Западе Христос искажился и истощился. Царство антихриста" (11, 177); "католичество — антихрист" (11, 178). В VII главе романа из слов Шатова мы узнаем credo Ставрогина: "римский католицизм уже не есть христианство; вы утверждали, что Рим провозгласил Христа, поддавшегося на третье дьяволово искушение, и что, возвестив всему свету, что Христос без царства земного на земле устоять не может, католичество тем самым провозгласило антихриста и тем погубило весь западный мир" (10, 197). Кроме того именно в романе «Бесы» мы впервые (!) встречаем упоминание евангельского сюжета искушения Христа в пустыне, который Достоевский помещает в контекст антикатолической полемики.

Резюмируя анализ антикатолической риторики в романах «Идиот» и «Бесы», мы, вслед за К.В. Мочульским, можем утверждать, что в ней сам Достоевский "становится на место" своих героев и "излагает нам свое credo" [11,

⁴ По поводу данного отрывка см. примечательное исследование: «...исходил, благословляя, папа-антихрист». Баршт К.А. Об одной парадоксальной формулировке в подготовительных материалах к роману Ф.М. Достоевского «Бесы» // Новый филологический вестник. 2019. № 2.

301]. В этом смысле персонажи романа транслируют идеи автора, являются их непосредственными выразителями.

Антикатолическая тема в творчестве Ф.М. Достоевского и А.Н.Майкова

Примечательно, что четыре из шести вышеприведенных писем адресованы А.Н. Майкову — другу и единомышленнику Достоевского. Этот факт не случаен. Поэт А.Н. Майков разделял критическое отношение Достоевского к Европе и Католической Церкви и не раз артикулировал его в своем эпистолярном и творчестве, например, в поэме «Клермонтский собор» (1854 г.). Оппозиция Восток-Запад в поэме получает ярко выраженную конфессиональную окраску (католицизм-православие). Во второй части поэмы А.Н. Майков "с возмущением говорит о том, что католицизм, разрушивший свою духовную сущность, готов объединиться с мусульманами против братьев-христиан, хотя бы ложью и силой добившись победы Ватикана над Константинополем" [15, 63]. В письме А.А.Голенищеву-Кутузову, написанном летом 1892 г., А.Н. Майков подводит итог своим размышлениям о судьбах западного христианства: "...вся западная Европа, и особенно сектантская, все более поклоняется Библии, более ее чтит, чем Евангелие. Вот отличие между прочим православия от Запада и, преимущественно, русского. У нас Евангелие – откровение любви, а там – грозный Егова, мститель и потребитель" [15, 63].

Концептуальное согласие и идейные переклички А.Н. Майкова и Достоевского дополняется интересным фактом. Именно в письме к А.Н.Майкову от 18 января 1856 г. Достоевский впервые (!) приводит понятие "русская идея" (28, кн. 1: 208), которая станет "основой образности всех художественных произведений писателя последнего двадцатилетия его жизни и главной темой публицистики и эпистолярной" [17, 80]. Отмечается также наличие художественной и смысловой связи между главным антикатолическим произведением Достоевского «Легендой о Великом Инквизиторе» в «Братьях Карамазовых» и поэмой А.Н. Майкова «Легенды об испанской инквизиции»,

опубликованной в журнале братьев Достоевских «Время» в 1861 году. В.С.Нечаева выдвигает гипотезу, согласно которой "самое название ... внешние черты образа, созданного Достоевским, и оттенки его речи возникли под его пером не без памяти о первой книжке «Времени», где появилась высоко оцененная редакцией журнала «Легенда» А.Н. Майкова" [13, 219-220].

Интересна еще одна деталь, служащая своеобразным «мостиком» от переписки А.Н. Майкова и Достоевского к творчеству последнего. В письме А.Н.Майкову от 15 мая 1869 года Достоевский фактически "изобретает" "квази-художественное" описание вымышленных поэм, как позднее это делает его собственный литературный герой Иван Карамазов в «Братьях Карамазовых» в переложении поэмы о Великом Инквизиторе [5, 163].

Заключение

Материал эпистолярной переписки Ф.М. Достоевского с А.Н. Майковым и Н.Н. Страховым в конце 1860-х – начале 1870-х гг., раскрывающий антикатолическую проблематику историософских воззрений Достоевского, включает в себя три главных пласта мысли и творчества русского писателя в период 1860-1880-х гг.: религиозно-философский, христологический и конфессиональный. Именно в оптике конфессиональной конфронтации России и Запада раскрываются два предыдущих смысловых уровня — религиозно-философский и христологический. Антикатолическая тема, артикулированная Достоевским в письмах А.Н. Майкову и Н.Н. Страхову, хронологически и концептуально «обрамляет» антикатолическую риторику романов «Идиот» и «Бесы». Контекстуальный подход к контент-анализу идейного содержания романов является единственно верным, релевантным и адекватным замыслу автора в историософском и художественном аспектах. Кроме того, антикатолическая программа и риторика Достоевского по своим приемам и тональности отвечает модели мышления и особенностям психологического портрета писателя. Последнее обстоятельство объясняет как резкость в оценках католичества, так и само противопоставление православие и католичества. Оно

исходит не только из убеждений Достоевского, но и из самого модуса мышления русского писателя, его психологии и художественного видения.

Список литературы

1. Багдасарян В.Э. *История России в представлениях Ф.М.Достоевского: Историософия русского мессианства в проекции исторического нарратива* // Вестник МГОУ. Серия: История и политические науки. – 2021. – №3.
2. Баршт К.А. «...исходил, благословляя, папа-антихрист». Об одной парадоксальной формулировке в подготовительных материалах к роману Ф.М.Достоевского «Бесы» // Новый филологический вестник. – 2019. – № 2.
3. Бахтин М.М. *Проблемы творчества Достоевского*. – М., 1994.
4. Булгаков С., прот. Венец терновый (памяти Ф.М. Достоевского) // https://azbyka.ru/otechnik/Sergij_Bulgakov/venets-ternovuj-pamjati-f-m-dostoevskogo/ (дата обращения: 13.11.2022).
5. Загидуллина М. В. *Заимствование* // Достоевский: эстетика и поэтика. Словарь-справочник / Под ред. Г. К. Щенникова. – Челябинск: Металл, 1997.
6. Зеньковский В., прот. *История русской философии. XIX век* // https://azbyka.ru/otechnik/Vasilij_Zenkovskij/istorija-russkoj-filosofii/ (дата обращения: 13.11.2022).
7. Иустин (Попович), преп. *Философия и религия Ф.М. Достоевского*. – Мн., 2014.
8. Кириллова И.А. *Христос в жизни и творчестве Достоевского* // Достоевский: Материалы и исследования. – 1997. – Т. 14.
9. Лосский Н.О. *Достоевский и его христианское миропонимание. Часть II. Глава 1. Абсолютное совершенство* // <https://azbyka.ru/otechnik/filosofija/dostoevskij-i-ego-hristianskoe-miroponimanie/2> (дата обращения: 13.11.2022).

10. Лосский Н.О. Указ. соч. Часть II. Глава 5. Значения страдания // <https://azbyka.ru/otechnik/filosofija/dostoevskij-i-ego-hristianskoe-miroponimanie/2> (дата обращения: 13.11.2022).
11. Мочульский К. Достоевский. Жизнь и творчество. – Р., 1980.
12. Мюллер Л. Образ Христа в романе Достоевского “Идиот” // Проблемы исторической поэтики. – 1998. – №5.
13. Нечаева В. Журнал М. М. и Ф. М. Достоевских «Время». 1861–1863. – М., 1972.
14. Розенблюм Л.М. Творческие дневники Достоевского // Неизданный Достоевский: Записные книжки и тетради 1860–1881 гг. – М.: Наука, 1971.
15. Седельникова О.В. Россия и славянский мир в творческом сознании А. Н. Майкова // Библиотека журнала «Русин». – 2015. – №3.
16. Сызранов С.В. «Целое в виде героя»: к пониманию диалектических оснований поэтики Ф. М. Достоевского // Проблемы исторической поэтики. – 2015. – №13.
17. Сыромятников О.И. Историософия Ф. М. Достоевского // Вестник ВятГУ. – 2009. – №3.
18. Флоровский Г.В. Религиозные темы Достоевского // <http://dostoevskiy-lit.ru/dostoevskiy/kritika/florovskij-religioznye-temy-dostoevskogo.htm> (дата обращения: 13.11.2022).
19. Хомяков А.С. Полное собрание сочинений. – М., 1886. – Т. 2.
20. Хондзинский П. Святитель Димитрий Ростовский и Федор Михайлович Достоевский // Вестник ПСТГУ. Серия 1: Богословие. Философия. – 2012. – №43 (5).
21. Юдахин А.А. Достоевский и «Римский вопрос» (1862–1865 гг.) // Вестник ПСТГУ. Серия 1: Богословие. Философия. – 2019. – № 84.
22. Юдахин А.А. Poleмика Ф. М. Достоевского-журналиста с католицизмом: к постановке проблемы // *Litera* (готовится к публикации).

МОЛОДЕЖНАЯ ПЛОЩАДКА

УДК 80
ББК 83

ЮМОР КАК КУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН. СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ КОМИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА

*Ю.О. Акимова, Московский государственный гуманитарно-экономический
университет, Москва, Россия*

HUMOR AS A CULTURAL PHENOMENON. MEANS OF CREATING A COMIC EFFECT

*Ju.O. Akimova, Moscow State University of Humanities and Economics,
Moscow, Russia*

Аннотация. В статье рассматриваются основные определения термина «юмор», приводится его классификация, а также исследуются различные теории юмора и природа комического с точки зрения различных наук, в частности, лингвистики. Помимо этого, в статье анализируются лингвистические и экстралингвистические средства создания комического эффекта

Ключевые слова: комизм, юмор, природа комического, лингвистические и экстралингвистические средства создания комического эффекта

Abstract. The article presents the main definitions of the term "humor", provides its classification and explores various theories of humor and the nature of the comic from the point of view of various sciences, in particular, linguistics. In addition, the article analyzes linguistic and extralinguistic means of creating a comic effect

Keywords: comedy, humor, the nature of the comic, linguistic and extralinguistic means of creating a comic effect

E-mail: alyonau1@yandex.ru

Комизм на протяжении долгого времени являлся и является одним из предметов лингвистических исследований. С течением времени ментальность, склад ума, восприятие и толкование комического развиваются. Видоизменяются способы и формы передачи юмора. Они преобразуются в нечто оригинальное и единственное в своем роде во многом благодаря конкретным системам и методам проявления комического и юмористического эффекта.

Компоненты определения «юмор» изменяются с течением времени, поскольку преобразовываются и отличительные черты субъектов, использующих его.

- Согласно толковому словарю С.И. Ожегова, юмор – это «понимание комического, умение видеть и показывать смешное, снисходительно-насмешливое отношение к чему-либо» [6, с.2031].

- В философской энциклопедии юмор рассматривается как «особый вид комического, переживание противоречивости явлений, соединяющая серьезное и смешное и характеризующееся преобладанием позитивного момента в смешном» [3, с.814].

- В словаре Д.Н. Ушакова мы можем встретить похожее значение понятия «юмор» [8, с.793].

- В литературной энциклопедии терминов и понятий юмор рассматривается как тип комического, при котором недостатки и слабости высмеиваются не безжалостно и жестоко, как мы привыкли видеть в сатире, а доброжелательно, показывая то, что пороки являются только продолжением наших достоинств [5, с.1253].

- В энциклопедии социологии под данным термином предполагается такой вид комического, при котором соединяются сочувствие и насмешка [15].

- Толковый словарь английского языка Merriam-Webster определяет юмор как - the amusing quality or element in something - забавное качество или составная часть чего-либо [16].

Исходя из различных терминов, можно сделать вывод о науках, которые изучают юмор в той или иной степени. К ним относятся психология, социология, философия, культурология, лингвистика, этика, филология и литературоведение. Проанализировав определения, мы также пришли к выводу, что в русском языке понимание юмора связано с категорией комического [6; 15]. При этом в некоторых из них указывается важность преобладания положительного в смешном [3; 8]. В других так же отмечается, что юмор не высмеивает недостатки, а показывает, что пороки – это продолжения достоинств [5].

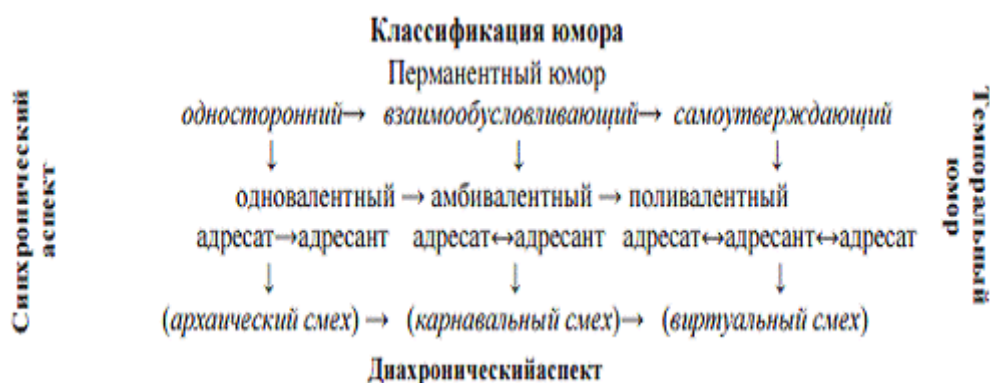
Исходя из различных терминов, можно сделать вывод о науках, которые изучают юмор в той или иной степени. К ним относятся психология, социология, философия, культурология, лингвистика, этика, филология и литературоведение.

Проанализировав определения, можно заключить, что в русском языке понимание юмора связано с категорией комического. При этом в некоторых из них указывается важность преобладания положительного в смешном. В других так же отмечается, что юмор не высмеивает недостатки, а показывает, что пороки – это продолжения достоинств.

Проблема определения слова «юмор» предполагает рассмотрение его комплексной структуры и классификации. Самая удобная и наглядная классификация юмора схематизирована у лингвиста И.В. Вержинской (рисунок 1).

Рисунок 1

Структура и классификация юмора



И.В. Вержинская разделяет юмор на односторонний, взаимобусловливающий и самоутверждающий [2, с. 29–32]. Такой выбор классификации исследователь обуславливает тем, что жестокий юмор крайне примитивен и присущ первобытной эпохе, во времена которой люди не могли осознавать и оценивать себя как личность отдельно от племени, они целиком и полностью зависели от общины. Таким образом, каждое отклонение от правил, которые были уставлены в общине, являлось причиной беспощадного наказания и последующего изгнания из племени, сопряженного насмешками

и язвительностью. Именно так и образовался агрессивный юмор. Он подразумевает, что человек, к которому применялись жестокие издевки, не имел внутренних возможностей нейтрализовать грубые отрицательные эмоции, используя шутки. Именно в связи с этим, такой тип юмор называется односторонним. Он обращен на конкретного человека, не имеющего возможность как-либо ответить.

Взаимобусловливающий юмор же является следующей ступенью развития комического. Теперь юмор уже не направлен только в одну сторону, а адресант имеет возможность и внутреннюю силу ответить шуткой на шутку. В эту категорию входят смешные истории, дружелюбные подшучивания, целью которых является поднятие настроения окружающим и снять напряжение в межличностных отношениях. Данный тип юмора исключает по своей сути любого рода агрессивность и жестокость, а напротив направлен на создание сплоченности между людьми.

Третий вид юмора получил название «самоутверждающий». Он представляет собой стремление человека сохранить позитивный взгляд на жизнь в любой ситуации, даже если остальные не готовы так же весело относиться к происходящему. Данному виду юмора присущ веселый взгляд на любую сложную ситуацию или стресс. Он используется для совладания.

Понятие «юмор» неоднозначно. В глобальном смысле юмор является беззлобно-насмешливым отношением к определенным ситуациям и к миру в целом. В более узком смысле, юмор можно рассмотреть, как способ самовыражения творческих задумок, основываясь на которых создаются комические произведения. Помимо этого, юмор имеет множество форм. Во все времена разные ученые выделяли разное количество форм юмора, некоторые из которых кардинально отличались друг от друга. Однако можно выявить основные формы, присущие выводам большинства. Таким образом, к формам юмора относятся: самоирония, преувеличение и преуменьшение, сатира, анекдот, каламбур, ирония, пародия, сарказм и шутка.

Большее количество размышлений касаясь природы юмора содержат идею о том, что способность воспринимать смешное есть ничто иное как эволюционное приобретение, поскольку в первобытном обществе была такая потребность, вследствие чего человек получил данное умение. Опираясь на это, чтобы передать природу юмора, нужно найти и понять ту самую необходимость и попытаться описать закономерности, по которым определенные события и явления мы относим к юмору.

В общем и целом, выделяются более восьмидесяти теорий юмора, которые рассматривают комическое с различных точек зрения. Некоторые из них не приобрели популярность в широком кругу, но все равно имеют право на существование. Однако в данной работе будут проанализированы наиболее важные и значимые теории.

Психоаналитическая теория

Основателем подхода к исследованию теории юмора с точки зрения психоанализа, как принято считать, является Зигмунд Фрейд. Именно его теория оказала максимальное влияние на изучение юмора в области психологии в первой половине двадцатого века. В соответствии с этой теорией, юмор служит сильным защитным механизмом, который помогает преодолевать тяжелые ситуации и негативные эмоции.

В идеях З. Фрейда юмор и смех рассматриваются в качестве путей выражения бессознательного, поднимающее напряженность и стремление к разрядке. Зигмунд Фрейд писал, что юмор – это высший защитный механизм, поскольку именно он дает возможность справляться с отрицательными эмоциями и смотреть на различные трудности в жизни с объективной точки зрения, не пользуясь патологическими защитными формами. Однако спустя несколько лет большинство людей, занимающихся изучением юмора, пришли к единой точке зрения, что взгляды З. Фрейда никак не согласуются с тем, как работает нервная система человека. С течением времени, исследователи

начали постепенно отходить от идей основателя психоанализа, уже не рассматривая их в качестве основы теорий юмора [9, с. 282–284].

Теория возбуждения и утешения

Идею Герберта Спенсера о том, что смех высвобождает энергию, подхватывает теория возбуждения. Кроме того, она является продолжением и мыслям Иммануила Канта о способности смеха расслаблять и снимать психологическое напряжение. Он говорил о том, что смех является эмоцией в качестве итога внезапного окончания напряженного предвкушения [4, с.118].

Другой же последователь данной теории и основатель современной теории возбуждения – Даниэл Берлайн – исследовал в деталях различные свойства стимулов, которые вызывают эстетические переживания от смеха, игр и искусства. Д. Берлайн рассматривал их как сопоставительные переменные, так как они включали в себя восприятие объектов для процесса сравнения и сопоставления одновременно. В качестве свойств психолог выявлял неожиданность, сложность, несоответствие, новизну, избыточность, разнообразие и двусмысленность, с помощью которых воспринимаемое становится нестандартным и интересным, вызывающим возбуждение вегетативной нервной системы и головного мозга.

Теория превосходства и унижения

Многие изыскатели теорий юмора главной отличительной чертой комического считают агрессию, а сам юмор рассматривают как форму агрессии. Например, В Библии, в Ветхом Завете присутствует 29 ссылок на смех, большинство из которых ассоциируются с осмеиванием и позором [1, с.640].

Враждебный аспект комического можно найти и в жестком отношении со стороны детей, когда они, еще неосознанно, дразнят и смеются друг над другом. Кроме того, в массовом юморе тоже зачастую можно встретить примеры поношения, унижения или самоунижения. В современных реалиях

данная форма юмора встречается в разнообразных пранках, розыгрышах, прожарках, стендапах, баттлах.

Взяв во внимание теорию Чарльза Грюнера, в которой юмор определяется в качестве «игровой агрессии» и манифестации превосходства, мы можем заметить, что юмор является формой игры. Сам смех в таком случае берет на себя роль быстрого регенератора гомеостаза, то есть выполняет физиологическую функцию, и помимо этого он является сигналом, сообщающим о триумфе над противником, тем самым отвечая за психологические функции [13].

Хотя теории юмора, основанные на агрессивном подходе, актуальны в настоящее время, их все равно нельзя относить ко всем формам юмора. Так, например, в игре слов, загадках, каламбурах отсутствует любого рода агрессия.

Род Мартин, о котором говорилось ранее, полагает, что идеи Зигмунда Фрейда и Чарльза Грюнера имеют все шансы стать основанием для современных воззрений на юмор как на способы противостояния ежедневным стрессам. В случае З. Фрейда юмор защищает от негативных эмоций в трудных ситуациях. А в случае Ч. Грюнера – дает энергию справляться с ситуациями и людьми, которые угрожают благополучию.

Теория несоответствия

Данная теория берет свое начало во взглядах немецкого философа Артура Шопенгауэра, который полагал, что причиной смеха является неожиданное восприятие несовпадения идей об объектах и их реальных сущностей. Такое несоответствие является главным фактором, который определяет комичность анекдота или шутки. Таким образом, каждая вещь, которая не согласуется с нашими ожиданиями, и является чем-то нестандартным, необычным и нелепым, представляется комичным [10, с. 86–98].

Также, надо уделить внимание и теории разрешения несоответствия, которую разработал Томас Шульц. Он считал, что дает возможность осознать и понять шутку не несоответствие, а именно его разрешение, то есть само мгновение развязки в шутках создает когнитивное несоответствие в следствие внедрения информации, не соответствующей ожиданиям. Ввиду этого реципиент возвращается в начало шутки и старается осознать ту двусмысленность, которая может разрешить возникшее несоответствие.

Однако нельзя забывать и о психологическом настрое человека на юмор и его эмоциональной готовности к шутке. Теория несоответствия дает нам понять юмор, но не объяснить, в чем заключается эмоциональная приятность юмора.

Теория переключения

Теория переключения основывается на взглядах американского журналиста Макса Истмена. Он рассматривал юмор в качестве озорного и игрового процесса [12]. Затем эту же теорию продолжили Дэниел Берлайн и Чарльз Грунер, а свое развитие она получила в работах психолога Майкла Аптера. Он выдвинул идею разделения серьезного состояния сознания и задорного настроения, в котором человек пребывает после шутки, оказываясь тем самым в безопасной для психики зоне.

Согласно идеям Майкла Аптера, на протяжении дня человек огромное количество раз переключается между шутливым и серьезным состояниями [11, с. 95–100]. Так, например, во время переговоров один из участников может остроумно пошутить или сказать какой-то забавный комментарий к ситуации, вследствие чего остальные окажутся в состоянии психологического комфорта, после чего будет намного проще воспринимать серьезную информацию.

Личностный подход

Основателями личностного подхода стали американские психологи Абрахам Маслоу и Гордон Олпорт. Последний полагает, что чувство юмора – это один из лучших инструментов самопознания. В своей книге «Становление личности», написанную в 1967 году, Г.Олпорт заметил, что люди большое количество времени проводят в мыслях о самих себе, а в следствие этого было бы лучше, если бы их мысли соотносились с реальностью [14].

Г. Олпорт считает, что осознание человеком самого себя непрерывно связано с юмором, поскольку и то, и другое относится к личностному росту. Отвечая на вопрос о том, что из себя представляет чувство юмора, психолог цитирует британского романиста Джорджа Мередита и объясняет, что юмор – это способность смеяться над тем, что любишь, и любить это.

Существует множество различных теорий юмора, каждая из которых отличается своими особенностями и уникальным взглядом. Однако ни одна из них не показывает до конца, что из себя представляет юмор в глобальном смысле. Но каждая из теорий дает ценные знания и информацию, которая помогает лучше разобраться в поставленном вопросе. Ведь юмор играет важнейшую роль в жизни человека. Помимо тех функций, которые он выполняет, среди которых улучшение настроения, расслабление, выплеск энергии, повышение уровня стрессоустойчивости, юмор еще является одним из основных путей, с помощью которых люди выстраивают отношения друг с другом.

Помимо этого, юмор также представляет из себя эффективный метод тренировки мозга и развития интеллектуальных способностей, поскольку, как мы могли заметить, чувство юмора у необразованных и образованных людей кардинально отличаются, ровно так же, как и их шутки.

Лингвистические и экстралингвистические средства создания комического эффекта

Существует множество различных способов достижения комического эффекта. Можно выделить две основные группы шуток: нелингвистические и лингвистические, которые значительно преобладают. Кроме того, в лингвистической группе выделяются следующие подгруппы: морфологические, лексические, синтаксические, словообразовательные и фонетические:

Морфологические средства создания комического эффекта

Эта подгруппа состоит в большой степени из шуток, которые основываются на обыгрывании:

а) местоимений:

- Назовите мне два местоимения.

- Кто, я?

б) числительных:

- Поставлю на один балл больше тому, кто первым выйдет отвечать к доске.

- Я иду! Ставьте сразу три!

Лексические средства создания комического эффекта

В этой категории комический эффект создается за счет игры:

а) прямого и переносного значения слов.

Его приятель Максим – безумно яркая личность! У него зеленые глаза, рыжие волосы, алые губы и синий джемпер.

б) текстуальных синонимов.

В школе проходит занятие по биологии. Учитель рассказывает про строение обезьяны. Мальчик на задней парте дурачится и не слушает. Учитель ругает мальчика и говорит: «Коля, слушай меня внимательно, иначе ничего не будешь знать об обезьянах»

в) антонимов.

– *Что вы знаете о культурных растениях?*

– *Культурные растения поглощают углекислый газ и выделяют кислород, а некультурные нагло им пользуются.*

Синтаксические средства создания комического эффекта

Этот раздел состоит преимущественно из шуток, которые содержат пропуск слова или словосочетания, вследствие чего появляется непонимание.

Например:

Мы с легкостью разговариваем на немецком, английском, испанском и на других парах тоже.

Кроме того, в данном разделе также присутствуют фразы с субъектно-объектными отношениями, такие как:

Интересно, а почему фраза «Учитель завалил ученика на экзамене» кажется абсолютно нормальной, а вот «Ученик завалил учителя после экзамена» вызывает сильнейший ажиотаж.

Словообразовательные средства создания комического эффекта

Данная категория существует за счет того, что люди по-разному анализируют состав слова:

- *Мама, а бывают музыкальные танки?*

- *Нет, конечно. С чего ты решил?*

- *Учитель рассказал, что в Америке ковбои скачут на музтанках.*

Фонетические средства создания комического эффекта

Шутки данной подгруппы основываются на игре звуков.

В самолете рядом сидят американец и русский. Американец предлагает алкогольный напиток, говоря: «Will you?» А русский со злостью отвечает: «Я тебе сейчас вылью».

В данном случае произошло столкновение разных языков в сознании русскоговорящего и жителя США.

Кроме того, современные ученые и исследователи в области текста считают, что на интерпретацию контента влияют не только лингвистические средства, но и экстралингвистические, так как в аудио-визуальном переводе мы переводим кадр, взаимодействие текстуального и контекстуального. К экстралингвистическим факторам относятся походка, поза, мимика, жесты, взгляд, интонация, такесика, закадровый смех [7, с. 121–123]. Таким образом, при переводе юмористического аудиовизуального контента необходимо обращать внимание не только, на содержание шутки, но и на экстралингвистические параметры. Так, например, различить среди диалогов героев сарказм помогает именно интонация, что значительно влияет на переведенный текст.

Таким образом, можно отметить, что «юмор» - это способность личности выявлять, фиксировать и осмыслять комическое в окружающей действительности и эмоционально на него реагировать. Рассматривают три вида юмора: односторонний, взаимообуславливающий и самоутверждающий. Юмор может быть представлен в виде самоиронии, преувеличении и преуменьшении, сатиры, анекдота, каламбура, иронии, пародии, сарказма и шутки. Кроме того, существуют несколько теорий юмора, объясняющих природу комического. Над этими теориями работали множество психологов, философов и филологов всех времен. Кроме того, комический эффект в большинстве случаев создается с помощью лингвистических средств, которые в свою очередь разделяются на лексические, синтаксические, морфологические, словообразовательные и фонетические, а также и экстралингвистических средств, включающих в себя походку, позу, мимику, жесты, взгляд, интонацию, такесику и закадровый смех, что создает для переводчиков еще больше задач.

Список литературы

1. Библия. Книги Священного Писания Ветхого и Нового завета. Канонические / В русском переводе. – М., 1988.
2. Вержинская И.В. Юмор: История и классификация понятия // Вестник Челябинского государственного университета. – 2011. – № 53. – С. 29–32.
3. Философский энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1983.
4. Кант И. Критика способности суждения. – М.: Искусство, 1994.
5. Николюкин А.Н. Литературная энциклопедия терминов и понятий. - М.: Интлевак, 2001.
6. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений. – 4 изд. – М.: Высшая школа, 1993.
7. Попович Е.С., Чупракова Е.В. Лингвистические и экстралингвистические аспекты перевода // Вестник Краснодарского университета МВД России. – 2014. – № 1. – С. 121–124.
8. Ушаков Д.Н. Толковый словарь русского языка. – М.: Аделант, 2013.
9. Фрейд З. Художник и фантазирование [Сборник работ] / Пер. с немец. Р.Ф. Додельцев. – М.: Республика, 1995. – С. 282–284.
10. Шопенгауэр А. Полное собрание сочинений [Том второй] / Пер. с англ. Ю.И. Айхенвальд // Мир как воля и представление. – М.: типо-литография товарищества И.Н. Кушнарев и К^о, 1910. – С. 86–98.
11. Apter M.J., Smith. K. C. P. Humour and the theory of psychological reversals / In: Chapman A. J., Foot H. C. (eds.). – Oxford: Pergamon Press, 1977. – P. 95–100.
12. Eastman M. The sense of humor / M. Eastman. – New York: Charles Scribner's Sons, 1922. – 280 с.
13. Gruner C. R. The game of humor: A comprehensive theory of why we laugh. – New Brunswick: Transaction Publishers, 1997. – 197 p.
14. Олпорт Г. Становление: основные положения психологии личности. М., 2005 Режим доступа: <http://psylib.org.ua/books/olpor01/index.htm> (дата обращения: 13.10.2022).

15. *Энциклопедия социологии // Sociology. Режим доступа: <http://sociology.niv.ru/doc/encyclopedia/socio/index.htm> (дата обращения: 01.10.2022).*

16. *Dictionary by Merriam-webster // Merriam-webster. Режим доступа: <https://www.merriam-webster.com/thesaurus/humor> (дата обращения: 1.10.2022).*

УДК 366.636
ББК 76.0

ФОРМИРОВАНИЕ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ЛИЧНОСТНОГО ИМИДЖА ПИСАТЕЛЯ НА ПРИМЕРЕ БРАЗИЛЬСКОГО ПРОЗАИКА ПАУЛО КОЭЛЬО

*Е.С. Весёлкина, Московский университет имени А.С. Грибоедова,
г. Москва, Россия*

FORMATION OF A POSITIVE PERSONAL IMAGE OF THE WRITER ON THE EXAMLE OF THE BRAZILIAN NOVELIST PAULO COELHO

*E.S. Vesvolkina, Moscow University named after A.S. Griboyedov,
Moscow, Russia*

Аннотация. В данной статье рассматриваются основные способы, механизмы и стратегии создания положительного имиджа личности. Дан краткий обзор на исследования в области имиджелогии отечественных и зарубежных авторов. Изучен вопрос актуальности формирования имиджа писателя, а также впервые проведена комплексная характеристика биографии и имиджа бразильского прозаика Пауло Коэльо, выявлены основные стратегии, к которым прибегает автор для создания положительного имиджа.

Ключевые слова: имидж, формирование имиджа, имиджелогия, миф, архетип, медиапространство, Пауло Коэльо.

Abstract. This article discusses the main ways, mechanisms and strategies for creating a positive image of a person. A brief review on the research in the field of imageology of domestic and foreign authors is given. The question of the relevance of the formation of the writer's image is studied, and for the first time a comprehensive characterization of the biography and image of the Brazilian novelist Paulo Coelho is carried out, the main strategies used by the author to create a positive image are revealed.

Key words: image, image formation, imageology, myth, archetype, the media space, Paulo Coelho.

E-mail: veselkina2701@mail.ru

Объект научного интереса и основная цель статьи – рассмотрение способов, методов, механизмов и стратегий создания положительного

личностного имиджа и их применение в индивидуальном имидже бразильского прозаика Пауло Коэльо.

Динамичное развитие мира привело к тому, что роль формирования положительного имиджа возрастает с каждым годом в геометрической прогрессии. А общераспространенность данной проблемы достаточно закономерна и объясняется стремительным развитием отраслей рекламы и public relations, которые утвердились как практическая дисциплина лишь в последние два десятилетия.

В основе методологии лежит понятие имиджа, возникшее на рубеже 50-х годов на Западе, ставшее одним из основных элементов PR и прочно вошедшее во все сферы общественной деятельности [18, с. 6].

Уникальность понятия имиджа заключается в том, что в отечественной и зарубежной литературе оно трактуется настолько по-разному, что некоторые его значения могут противоречить друг другу, не приходя к консенсусу.

С одной стороны, имидж – «это образ человека, включающий в себя внешность, манеру поведения, общения и тому подобное, способствующие воздействию на окружающих» и «целенаправленно формируемый образ кого-либо или чего-либо, задача которого – произвести благоприятное впечатление в целях рекламы, популяризации и т.д.» [9].

Данная трактовка позволяет сделать вывод, что имидж – это некий созданный образ, направленный на завоевание положительного отклика общественности.

В отечественной литературе термин «имидж» ввел О. А. Феофанов, по его мнению, это «образ-представление, методом ассоциаций наделяющий объект дополнительными ценностями (социальными, эстетическими, психологическими и т.д.), не имеющими основания в реальных свойствах самого объекта, но обладающими социальной значимостью для воспринимающего такой образ» [17, с. 49].

Анализируя трактовку Феофанова, можно сделать вывод, что имидж как бы внедряется в сознание масс и привязывает к личности образные

характеристики, которые не существуют в реальности. Отсюда вытекает основное противоречие и проблема, с которыми можно столкнуться при формировании имиджа: он может выстраиваться как на реальных качествах личности, так и на предписанных, искусственно созданных, создавая «маску» личности.

Наиболее полной и позитивной можно считать трактовку Е. П. Костенко, где имидж трактуется «не только символическим образом, отражающим презентационные черты человека, способные влиять на массовое сознание, но и с позиций объектных и субъектных характеристик носителя имиджа, ответственного за создаваемый образ и стремящегося к развитию и самосовершенствованию с целью достижения высоких профессиональных результатов, наивысших показателей эффективности в своей деятельности» [7, с. 7].

Аккумулируя информацию, можно сделать вывод, что имидж – это уже не только искусственно сформированный образ личности, но и ее стремление к самосовершенствованию и развитию.

Сам процесс формирования имиджа – это бесконечное явление, варьирующееся с течением времени. Характеризуется это необходимостью поддержания, видоизменения и дополнения имиджа, видоизменяющегося с появлением новых тенденций.

Как упоминалось ранее, само понятие имиджа интерпретируется исследователями по-разному. То же самое можно сказать и о его видах, функциях и характеристиках. Каждый исследователь выделяет свои мерки, и как таковой единой, общепринятой формы они не имеют.

В. В. Волкова выделяет две видовые концепции имиджа: индивидуальный и профессиональный имидж [4, с. 20–21]; а также габитарный, вербальный, овеществленный, кинетический и средовой имидж [4, с. 44–61].

В то время как А. Н. Жмыриков определяет виды имиджа как: объективный, субъективный, идеальный и моделируемый [6, с. 43–44].

Рассматривая функции имиджа, отечественные исследователи М.А.Беляева и В. А. Самкова выделяют такие, как: функция визуализации; аттракции и доверия; коммуникативную функцию; адаптационную; функцию «камуфляжа»; творческую функцию и функцию успеха [3, с. 19–20].

Вследствие того, что на сегодняшний день существует огромное количество различных средств формирования имиджа, следует найти наиболее эффективные, которые с большей вероятностью будут воздействовать на аудиторию. Такими инструментами являются: эмоционализация, позиционирование, вербализация, детализация, визуализация, дистанционирование, манипуляция и мифологизация [12, с. 149–215].

Самым сложным в создании и проработке можно считать инструмент мифологизации, кооперирующий в себе два понятия, такие как миф и архетип.

Миф (от греческого *mythos* – сказание, предание) – это древнее народное сказание о богах, обожествленных героях, о происхождении мироздания и жизни на Земле. Также может трактоваться как прикрас, измышление [13].

Архетип (от греческих слов *arkhe* – начало и *typos* – тип, образец) – это первоначальный образец, прообраз чего-либо или кого-либо в будущем. Также существует еще одно определение архетипа – это центральное понятие аналитической психологии, означающее способ организации психики посредством форм, переходящих из поколения в поколение [14].

Аккумулируя предоставленную выше информацию, можно сделать вывод, что инструмент создания имиджа «мифологизация» в современном понимании – это формирование подстройки под уже существующий миф и активизирование символики в нужном для личности, целью которой является создание положительного имиджа, направлении.

Углубляясь в значение понятия «архетип», также нужно упомянуть и концепцию архетипов, изначально созданную Юнгом. Основываясь на его исследованиях, Кэррол Пирсон и Маргарет Марк выделили двенадцать архетипов, на которых можно выстроить имидж личности, товара или бренда [11]. К ним относятся: архетип невинного или простодушного; искателя; мудреца; героя;

бунтаря; мага или волшебника; славного малого; любовника; шута; родителя или заботливого человека; творца и правителя. Каждый из архетипов транслирует определенные цели, желания и страхи личности, имидж которой формируется на их основе.

Переходя к концепции формирования личностного имиджа личности, следует отметить, что это достаточно сложный и важный процесс, создаваемый для донесения необходимой информации о себе общественности.

Одним из видов алгоритма, позволяющего сформировать индивидуальный имидж, является концепция А. П. Панфиловой [10, с. 22]:

- Определение представлений об объекте имиджа у аудитории;
- Выявление, каким должен быть объект, какими признаками и характеристиками он должен обладать, опираясь на мнение аудитории;
- Создание имиджа, ссылаясь на выявленные ранее предпочтения аудитории;
- Разработка стратегии формирования имиджа и план действий;
- Непосредственно реализация плана и стратегий;
- Наблюдение и корректировка;
- Получение сформированного имиджа и его дальнейший мониторинг.

Одним из наиболее важных факторов, который будет способствовать формированию положительного имиджа личности, является контакт с аудиторией. Для его осуществления можно использовать следующие мероприятия: акции, рассчитанные на целевую аудиторию; благотворительная деятельность личности; выпуск различных радиопередач, телевизионных шоу с участием субъекта, для которого формируется имидж; организация пресс-конференций, интервью, автограф-сессий и прочих социальных мероприятий, позволяющих субъекту контактировать с аудиторией; презентации новых работ этого человека; издание, распространение и продвижение этих работ; разработка личного интернет-сайта и социальных сетей субъекта имиджа; сотрудничество с разными СМИ и так далее [10, с. 42].

Таким образом, стоит подвести промежуточный вывод, что общепринятой системы формирования личностного имиджа нет. В современном мире существует огромное множество алгоритмов, методик и инструментов, с помощью которых и создается положительный имидж личности.

Переходя к вопросу создания личностного имиджа писателя, стоит еще раз отметить, что сам фактор формирования положительного имиджа личности затронул практически все сферы общественной жизни, в том числе и литературное творчество. Образ писателя будет оцениваться не только его читателями, но и зарубежной аудиторией, отечественными и иностранными СМИ, другими авторами. Вследствие чего необходимо создать положительный имидж писателя, транслируемый на общественность.

Рассмотрев важность вопроса формирования положительного имиджа писателя, стоит перейти к рассмотрению краткой биографии Пауло Коэльо, которая способствует выделению основных имиджевых стратегий, используемых автором для продвижения.

Биография автора достаточно многообразна [16]. Пауло Коэльо (Paulo Coelho) – бразильский писатель и поэт, лауреат различных международных премий и наград. Популярность обрел после выхода в свет романа «Алхимик», который уже долгое время удерживается в ряду литературных бестселлеров. Был награжден премией за вклад в возрождение паломничества (путь Сантьяго-де-Компостела) [5].

Коэльо – уникальный автор, чье имя запечатлено в Книге рекордов Гиннеса как «автора самого переводимого романа» («Алхимик» переведен более чем на 80 языков мира) и человека, написавшего «самую продаваемую книгу в истории Бразилии».

Родился Пауло в Бразилии, Рио-де-Жанейро, в 1947 году. Учился в католической школе Святого Игнатия Лойлы. Именно в школьные годы он обнаружил в себе желание стать писателем, как и получил первую литературную премию. Однако стремления и мечты Пауло были оценены негативно. Консервативная семья автора считала, что желание путешествовать по миру и

писать книги, уклон от традиционного жизненного пути – болезнь. Вследствие чего поместили Пауло в психиатрическую лечебницу, где автору поставили диагноз «шизофрения». В лечебнице Коэльо пробыл три года, неоднократно предпринимая попытки побега, однако ни одна из них не увенчалась успехом. Позднее опыт нахождения в подобном месте автор изложит в романе «Вероника решает умереть».

После выхода из лечебницы, желания и мечты Коэльо не изменились, а родители автора так и не смогли принять их. По наставлению отца Коэльо поступает в юридическую школу, но, не закончив обучение, он сбегает с группировкой хиппи и начинает путешествовать по миру. Этот отрезок жизни автора связан с пагубными привычками: курением, употреблением алкоголя и легких наркотических веществ.

После продолжительного путешествия Коэльо возвращается в Рио-де-Жанейро. Там он ищет себя, примеряя разные амплуа: пишет тексты к песням известных рок-исполнителей того времени (Рауль Сейхас, Рита Ли, Эллис Режина); выступает в роли сценариста, актера и режиссера одной труппы; также пробовал себя в роли журналиста и вступал в ряды оккультистов.

Личность Коэльо никогда не была обделена женским вниманием. У Пауло было три жены, с последней из которых, Кристиной Ойтисика, писатель живет в браке до сих пор.

Скитания Коэльо по миру в поисках самого себя прекращаются после одной встречи. В одном из придорожных кафе происходит судьбоносная для писателя встреча. Он знакомится с человеком, который в дальнейшем постоянно будет фигурировать в его произведениях. Имени у него нет, но Пауло зовет его «Учитель», «Мастер» или «Ж.». Именно этот человек уверяет Коэльо в том, что найти свой истинный путь автор сможет только после путешествия.

В 1986 году Пауло совершает паломничество Святого Иакова по пути Сантьяго-де-Компостела, после прохождения которого ему приходит озарение. Он бросает свою предыдущую работу автора текстов к песням и погружается в написание книг.

Путешествие по пути Сантьяго-де-Компостела станет темой первой книги Коэльо «Дневник мага» или «Паломничество». До написания этого произведения, по пути паломничества прошло всего 400 человек, но после выхода книги число путешественников, желающих пройти путем Святого Иакова, возросло в несколько раз.

Однако мировую известность Пауло обрел только после выхода второй книги «Алхимик». Изначально было продано всего лишь 900 экземпляров. Издатель, работающий в то время с писателем, сказал: «Твоя книга не продается, уберем ее». Тогда Пауло процитировал строчку из своей книги: «Дай ей еще немного времени. Когда ты действительно хочешь чего-то, вся вселенная поможет тебе воплотить эту мечту» [20].

Затем последовало огромное количество отказов в сотрудничестве. Пауло решает пойти в другое издательство. «У меня есть эта книга. Это не гениальный манускрипт, но я верю, что она будет хорошо продаваться», - сказал Коэльо. Новый издатель согласился сотрудничать, и спустя несколько лет «Алхимик» был продан в несколько миллионов копий [20].

Благодаря повторному изданию, «Алхимик» стал мировым бестселлером. Спустя три года Коэльо решил поинтересоваться у издателя, почему он согласился переиздать его книгу, на что получил простой ответ: «На самом деле, не знаю». «Звучит невероятно, словно подарок судьбы. Но я верю – это и вправду судьба» [20].

В России автор стал продаваться в начале 2000-х. В целом было продано более чем 300 миллионов его книг по всему миру.

Теперь перейдем к непосредственному рассмотрению имиджевых стратегий, используемых Пауло Коэльо для создания положительного личного имиджа. Секрет успеха Пауло Коэльо сформулировал первый издатель писателя, Эрнест Мандарин: «Обычно авторы приносят рукопись в издательство, и все прочее их не касается – они не прилагают никаких усилий для того, чтобы их книги покупали. Пауло же не только давал интервью в газетах,

журналах, на телевидении и по радио, но и читал лекции при всяком удобном случае» [8].

Коэльо стимулировал интерес читателей к своим произведениям. Вместе со своей последней женой, Кристиной Ойтисика, они лично занимались распространением и продвижением новых книг автора: оставляли в книжных магазинах Бразилии бесплатные экземпляры, подписанные лично Коэльо, раздавали на улице рекламные листовки. Также Коэльо бесплатно выступал в роли лектора и рассылал подписанные экземпляры своих книг ведущим СМИ Бразилии того времени.

Каждый из вышеупомянутых аспектов, как и повторная публикация «Алхимика», сделали свое дело. Принято считать, что именно произведения Коэльо смогли поднять издательский рынок Бразилии и прославить на весь мир литературу этой страны [15, с. 66].

Рассматривая габитарный имидж автора, следует отметить, что Коэльо всегда солидно одет. Незаменимой частью гардероба писателя являются водолазки, брючные костюмы и рубашки, очки. Несмотря на то, что в плане цветовой палитры преобладают темные тона, это не делает образ автора трагичным, наоборот, лишь добавляет некую мистическую подоплеку.

Внешний вид писателя отражает его внутренний мир. Он предстает перед публикой в образе некоего мудрого старца, человека, который прошел через множество препятствий, прежде чем стать тем, кем он является сейчас.

Позиционирование автора заключается в уникальном приветствии: «May God bless you» (Надеюсь, Бог благословит тебя) и «My God» (Мой Бог) [20].

Опираясь на биографию Коэльо, можно сделать вывод, что в прошлом у него было достаточно много проблем с употреблением разного рода веществ. Однако, как утверждает автор, подобный образ жизни он прекратил уже давно. Сейчас он уделяет большое внимание своему здоровью, научился стрелять из лука и старается как можно больше ходить пешком [19].

Анализируя поведение Коэльо на публике, следует отметить, что автор всегда спокоен, расслаблен, с помощью жестикующий, повышения и понижения

тона голоса придает своим словам эмоциональность, заставляя аудиторию прислушиваться к его речи и проникнуться каждой историей.

Также стоит отметить, что Коэльо родился в Рио-де-Жанейро, и его родной язык – португальский, именно на нем он пишет свои произведения и разговаривает в обычной жизни. Однако, также свободно он разговаривает и на английском языке, присутствует небольшой акцент, но это совершенно не мешает ему излагать свои мысли на другом языке.

По ответам прозаика складывается ощущение, что «звездная болезнь» никогда не касалась его. Любую похвалу в свой адрес он мгновенно отрицает. «Я никогда не старался повторить успех «Алхимика». Такой феномен происходит только раз в жизни. У меня есть книги, которые почти не продавались. Но это не останавливает меня и не расстраивает, я продолжаю писать» [20].

Рассматривая отношение автора к читателям, можно прийти к умозаключению, что он всецело доверяет им, вверяет свою судьбу в их руки и рассказывает о самых потаенных частях своей души. «Благодаря моим читателям я встречаюсь с самим собой, ибо понимаю написанное мною, лишь когда это поняли другие – никак не раньше», - именно эти слова произносит альтер эго Коэльо в романе «Заир».

Биография Коэльо способствует построению художественного мира его произведений: «Все мы паломники, бредущие в поисках неизвестного». Он не навязывает читателю свою точку зрения и понимание картины мира, просто делится своими мыслями и рассказывает о своих действиях: «Я всего лишь рассказываю в своих книгах, что произошло в жизни со мной. Я делюсь тем, что случилось со мной, но не добавляю: сделай и ты то же самое. Нет. Я рассказываю о своей трагедии, о своих ошибках, о том, как преодолевал их, но не утверждаю, что это решение годится для всех, поскольку каждая жизнь – особый, уникальный случай» [1, с. 49].

Как упоминалось ранее, произведением, которое принесло Коэльо мировую популярность, является роман «Алхимик». Эту книгу можно назвать автобиографичной, метафорой его собственной жизни. Через историю и образ

главного героя, Сантьяго, Коэльо завуалированно показывает читателю свой духовный путь, проблемы, с которыми он сталкивался и к какому сокровищу в итоге все это привело.

Еще одним доказательством гипотезы, что биография автора способствует построению художественного мира его произведений, является роман «Вероника решает умереть». В каждом из персонажей можно отыскать отголоски самого автора. В истории главной героини, Вероники, раскрывается страх к жизненным изменениям, желание уйти от проблем, ведь Коэльо долгое время не мог найти свое истинное место в жизни, пробуя себя в разных амплуа, так и не начиная писать. Рассматривая историю Эдуарда, его, как и Коэльо, консервативные родители отправили в психиатрическую лечебницу, так как их сын хотел связать свою жизнь с искусством. Страшной аналогией между персонажем Эдуарда и Коэльо является факт применения в лечении обоих электроконвульсивной терапии.

Третьим примером может послужить роман «Книга война света». Главным персонажем как раз таки является Воин света, который стоит на страже добра. Изначально может сложиться впечатление, что Воин света – это максимально идеализированный персонаж, в котором нет ни одного изъяна, однако, это самый простой человек, который преодолевает собственные возможности посредством постоянного самосовершенствования. «Все мы – войны света», – утверждает автор [2].

Также стоит уделить внимание одной из особенностей произведений Коэльо, а именно психологической андрогинии – наличию у человека различных качеств, присущих людям отличной половой принадлежности. Как говорит автор: «Писать – значит рожать, давать жизнь. А рожать – больно, это своего рода борьба, это страшно, даже спустя множество книг. Но это того стоит. Я писал от лица женщины, причин было несколько. Были книги «Брида», «На берегу Рио-Пьедра села я и заплакала», в которых я пытался развить свою женскую сторону, оживить ее. Потому что мне нужно подпитывать эту женскую сторону, и как писатель я делаю это посредством написания книг. И тогда я

познал себя и сказал: «Ого, я мужчина, но какая из меня получилась интересная женщина!» [2].

За счет того, что мы живем в век информационных технологий, социальные сети и личные сайты стали одним из основных инструментов не только для продвижения личности, но и формирования ее положительного имиджа.

Для продвижения в медиапространстве Пауло Коэльо использует не только социальные сети, но и личный сайт. Проанализировав их, можно сделать вывод, что автор находится в постоянном контакте со своими читателями. Он публикует свои личные фотографии, отзывы на его произведения, эстетичные фотографии читателей с его книгами и многое другое. Также стоит отметить, что каждая из страниц для удобства ведется на двух языках: португальском и английском.

На своем личном сайте, который ведется на 21 языке, в том числе и на русском, Коэльо публикует небольшие притчи, рассказы и сказки для поклонников его творчества.

Важным аспектом, который влияет на формирование положительного имиджа автора, является «Институт Пауло Коэльо», созданный им в 1996 году вместе с женой Кристиной Ойтисика. «Коэльо говорит, что ему хватит денег на три инкарнации. Он зарабатывает столько, что решил каждый год жертвовать по четыреста тысяч долларов из своих авторских гонораров в фонд, который носит его имя и которым управляет его жена Кристина. Этот фонд помогает беспризорным детям в самых жалких трущобах Рио-де-Жанейро, самым незащищенным старикам. Он спонсирует переводы бразильских классиков на другие языки, исследования по палеонтологии столь любимой Бразилии, которую Коэльо считает самой удивительной страной в мире. Ибо в ней – как он говорит – нет разделения на мирское и священное и никто не стесняется верить в духовное начало», – пишет о Коэльо Хуан Ариас, филолог, журналист, писатель и друг самого автора. В своей книге «Пауло Коэльо. Исповедь паломника» он в форме интервью описал жизненный путь бразильского писателя [1, с. 5].

Подводя итоги, следует отметить, что вопрос актуальности проблемы формирования имиджа возрастает с каждым годом из-за постоянной конкуренции на рынке. Общепринятой системы формирования личностного имиджа нет. На данный момент существуют целые комплексы алгоритмов, методик и инструментов, которые используют имиджмейкеры для создания положительного образа личности, товара или услуги.

Вопрос актуальности формирования личностного имиджа затронул практически все сферы общественной жизни, в том числе и литературное творчество. На примере бразильского прозаика Пауло Коэльо были рассмотрены основные имиджевые стратегии, к которым прибегал писатель при создании собственного имиджа.

Имидж Пауло Коэльо – мифологический. Как биография писателя, так и сформированный имидж овеяны мистической подоплекой: связь с оккультизмом, нахождение в психиатрической лечебнице, наличие наставника, о достоверном существовании которого нет никаких данных.

Не менее интересен факт применения архетипа «из грязи в князи», когда никому не известный автор публикует свое произведение и просыпается всемирно известным писателем, который в дальнейшем будет удостоен звания автора самого переводимого романа и даже попадет в Книгу рекордов Гиннеса. Рассматривая систему архетипов по Пирсен, имидж Коэльо отражают: искатель; мудрец; маг или волшебник.

Биография Пауло многогранна и интересна, способствует построению художественного мира писателя. Многие его романы автобиографичны, в них можно найти отголосок личности самого автора.

Рассматривая медийность Коэльо, можно сказать, что автор использует всевозможные методы продвижения в медиапространстве (социальные сети, личный сайт).

Также автор занимается благотворительностью, его именем назван фонд, помогающий бедным сиротам и пожилым людям Рио-де-Жанейро. Фондом руководит жена писателя.

Коэльо – это не просто писатель, но и личность с хорошо сформированным имиджем. Стратегии, которые он использует для продвижения, достаточно сложные, но эффективные, что отражается в мировой популярности прозаика.

Список литературы

1. Ариас Х. Пауло Коэльо: Исповедь паломника / Х. Ариас; Хуан Ариас; [Пер. с исп. Н. Морозова]. – Киев [и др.]: София, 2003. – 288 с.
2. АСТ Издательство. (2014) Интервью с Пауло Коэльо / Teaser / Russian subtitles // YouTube. 27 мая. (www.youtube.com/watch?v=7OLU6GfjNDk). Просмотрено: 10.11.2022.
3. Беляева М. А, Самкова В. А. Азы имиджологии: имидж личности, организации, территории: Учебное пособие для вузов / М. А. Беляева, В. А. Самкова; Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2016.
4. Волкова В. В. Имиджология: Учебно-методическое пособие. – Ставрополь: СевКавГТУ, 2005. – 168 с.
5. Документы XX века [Электронный ресурс]. URL: doc20vek.ru/chtenie/biografiya-paulo-koelo (дата обращения 12.11.2022 г.).
6. Жмыриков А. Н. Как победить на выборах: Психотехника эффективного проведения избирательной кампании: Науч.-практ. пособие / А.Н. Жмыриков. – Обнинск: Титул, 1995.
7. Костенко Е. П. Акмеологическая концепция развития имиджа политика: Автореферат дис. ... д-ра психологических наук. – М., 2008.
8. Онлайн-журнал о Бразилии // URL: brasil.ru/opinions/fenomen-koelo-na-rodine-tolstogo-i-dostoevskogo (дата обращения: 12.11.2022 г.).
9. Онлайн-словарь Т.Ф. Ефремовой // URL: gufo.me/dict/efremova/%D0%B8%D0%BC%D0%B8%D0%B4%D0%B6 (дата обращения: 12.11.2022 г.).
10. Панфилова А. П. Имидж делового человека. – М.: ИВЭСЭП, Знание, 2007. – 496 с.

11. Пирсон К., Марк М. Герой и бунтарь: создание бренда с помощью архетипов / Пер. с англ.; под ред. В. Домнина, А. Сухенко. – СПб.: Питер, 2005. – 336 с.
12. Почепцов Г. Г. Имиджелогия. – 6-е изд., стер. – М.: СмарТБук, 2009. – С. 149–215.
13. Словарь [Электронный ресурс] // URL: gramota.ru/slovari/dic/?word=%D0%BC%D0%B8%D1%84&all=x (дата обращения: 12.11.2022).
14. Словарь [Электронный ресурс] // URL: gramota.ru/slovari/dic/?lop=x&bts=x&ro=x&zar=x&ag=x&ab=x&sin=x&lv=x&az=x&pe=x&word=%D0%B0%D1%80%D1%85%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BF (дата обращения: 12.11.2022).
15. Тепикина А. М. Формирование и использование образов латиноамериканских писателей в издательской рекламе // Теория языка и межкультурная коммуникация. – 2015. – № 3(19).
16. Узнай все. Биография [Электронный ресурс]. URL: uznayvse.ru/znamenitosti/biografiya-paulo-koelo.html (дата обращения: 12.11.2022).
17. Феофанов О.А. Агрессия лжи. – М.: Политиздат, 1987.
18. Шепель В.М. Имиджелогия: Учебное пособие. – М.: Народное образование, 2002.
19. Interview with Paulo Coelho: best selling author of The Alchemist [Электронный ресурс]. URL: www.theislamicmonthly.com/interview-with-paulo-coelho-best-selling-author-of-the-chemist/ (дата обращения: 12.11.2022).
20. Oprah Learns the Secret to Paulo Coelho's Timeless Wisdom [Электронный ресурс]. URL: www.oprah.com/inspiration/oprah-talks-to-the-chemist-author-paulo-coelho/all (дата обращения: 12.11.2022).

УДК 80
ББК 83

**СООТНОШЕНИЕ ПЕРЕВОДЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В РАМКАХ
ДИСФЕМИСТИЧЕСКОГО ПЕРЕВОДА НА ПРИМЕРЕ ДУБЛЯЖА
“КРИМИНАЛЬНОГО ЧТИВА”**

*А.В. Владимирова, Московский государственный гуманитарно-экономический
университет, г. Москва, Россия*

**COMPARISON OF TRANSLATING SOLUTIONS OF PROFESSIONAL
DYSPHEMISTIC TRANSLATION ON THE EXAMPLE OF DUBBING
“PULP FICTION”**

*A. V. Vladimirova, Moscow State University of Humanities and Economics,
Moscow, Russia*

Аннотация. Данная статья посвящена анализу переводческих трансформаций в рамках дисфемистического перевода от Дмитрия Пучкова-Гоблина и перевода, предназначенного для дубляжа по заказу “Disney Character Voices International”. В ходе анализа была использована классификация переводческих трансформаций Л.С. Бархударова, на основании которой была оценена адекватность перевода, прагматичность и передача эмоциональной окраски при переводе.

Ключевые слова: дисфемистический перевод, обценная лексика, вульгаризмы, эмоциональная окраска.

Abstract. This article is devoted to the analysis of translation transformations within the framework of a dysphemistic translation from Dmitry Puchkov-Goblin and a translation requested by “Disney Character Voices International”. In the course of the analysis, the classification of translation transformations by L.S. Barkhudarov was used, on the basis of which the adequacy of translation, pragmatism and the transmission of emotional weight translation was assessed.

Key words: dysphemistic translation, obscene vocabulary, vulgarisms, emotional weight.

E-mail: alvladimirovaa@gmail.com

Процесс перевода и локализации фильмов с исходного языка на язык перевода (далее ПЯ и ИЯ) является трудоемким и долгим процессом, в ходе которого необходима работа профессионалов.

Профессиональный дубляж – отдельный вид перевода, который подразумевает полную замену исходной иностранной речи актёров на другой язык [3].

В ходе работы над переводом фильма, который подлежит дублированию, переводчику необходимо учитывать такие аспекты деятельности, как:

артикуляционное соответствие; стилистическое соответствие; сложность соблюдения прагматики [12]. В данной статье были рассмотрены последние два аспекта перевода.

Для наиболее успешной передачи посылы смысла исходного текста, необходимо достижение определенного уровня адекватности перевода. Под последним понимается перевод, обеспечивающий успешное выполнение прагматических задач самого акта перевода, с учетом высокого уровня эквивалентности, отсутствием жанрово-стилистических ошибок, а также отсутствием нарушения норм и узуса ПЯ. При этом, сам вопрос необходимости достижения полной эквивалентности перевода является относительным. Так, М.М. Бахтин утверждает, что «текст никогда не может быть переведен до конца, поскольку его подлинная сущность разыгрывается на рубеже двух сознаний, и сознание воспринимающего никак нельзя ни устранить, ни нейтрализовать» [5].

Для полноценной передачи текста ИЯ на ПЯ как коммуникативного акта И.Э. Грибанова предлагает учитывать следующие его составляющие: условие общения и его участников, контекст, прессупозицию (необходимый семантический компонент, обеспечивающий наличие смысла в утверждении) и конечный продукт (речепроизводство) [7]. С учетом каждого из этих компонентов, в результате переводчик получает адекватный перевод.

В случае с профессиональным переводом кинофильмов, переводчику необходимо ознакомиться с сюжетом произведения (в каких условиях развиваются события, кто в нем главные персонажи и т.д.). Рассматривая «Криминальное чтиво» (1995 г.) Квентина Тарантино, важно отметить, что главными персонажами фильма являются члены банды, из-за чего в произведении используется большой объем сниженной лексики.

Отметим, что лингвистами принято выделять три лексических пласта языка, как английского, так и русского: нейтральная лексика, литературно-книжная лексика (поэтизмы, архаизмы, термины, авторские неологизмы) и нелитературная лексика (профессионализмы, просторечия, диалектизмы, жаргонизмы и т.д.). И.В. Арнольд выделяет следующие функции сниженной

лексики в американских фильмах: креативная; номинативная; социальная; психологическая [2].

Данная статья освещает два варианта профессионального перевода в рамках дисфемистического перевода как процесса передачи сниженной лексики с использованием таких лексических единиц как вульгаризмов и обценизмов. Анализ использования дисфемистического перевода (далее – ДП) был представлен в рамках переводческих трансформаций Л. К. Латышева. А именно в рамках лексических, категориально-морфологических и глубинных трансформаций [12].

Существует проблема дефиниции сниженной лексики, так как многие лингвисты рассматривают данную тему с различных сторон. Так, О.С. Ахманова определяет сниженную лексику как пласт языка, состоящий из определенных категорий [1]. Во-первых, это *просторечия* – слова, выражения, обороты; которые наиболее часто используются в литературе и в устной речи с целью передачи определенной атмосферы. Во-вторых, это *жаргонизмы* – лексика, состоящая видоизменяемых и сочетаемых элементов языка, которые могут применяться отдельной группой. Наиболее явной их функцией является обособление языка группы от основной языковой общности. В-третьих, это *арго* – лексические единицы, обладающие схожими характеристиками с жаргонизмами, которые, однако, не обладают уничижительным значением. В-четвертых, это *сленг* – разговорный вариант профессиональной речи. И, наконец, *диалект* – это определенный вариант данного языка, строго употребляемый территориально, профессионально или же социально отделенной общностью людей.

В дополнение к вышеперечисленному, сниженная лексика классифицируется по степени уничижительности лексем. Исходя из этого, В.Д.Аракин выделяет предлагает свою собственную классификацию, основанную на английском языке [6]. Она состоит из: 1) грубой лексики (*rough*) – *bloody* как ‘проклятый’; 2) презрительную (*contemptuous*) – *sprown* как ‘плодиться’, *chavs* как ‘шпана’; 3) пренебрежительную (*scornful*) – *sad drunkard*

как ‘горький пьяница’; 4) разговорную (colloquial) – pine как ‘ананас’. Несмотря на это, существует классификация В.А. Хомякова, в которой нестандартная (сниженная) лексика английского языка может делиться на 1) низкие коллоквиализмы; 2) сленг; 3) жаргон; 4) арго; 5) вульгаризмы [4].

Перед анализом примеров употребления сниженной лексики в “Криминальном чтиве”, отметим общие характеристики заявленных студий дубляжа. Одним из переводов был выбран вариант озвучки от Дмитрия Пучкова-Гоблина. Как правило, его перевод является пародийным, указывающим на частые ошибки переводчиков во время работы над произведением. В ходе анализа было отмечено, что в его версиях перевода наиболее часто используется ненормативная лексика, что наиболее точно передает предполагаемую ситуацию диалогов, а также характер персонажей в фильме.

Помимо этого, нами был рассмотрен вариант перевода по заказу Disney Character Voices International от 2008 года. Исходя из того, что дубляж кинофильма был осуществлен по запросу международной компании, характер перевода произведения соответствует возрастным ограничениям фильма с учетом запросов широкой публики. В данном переводе было отмечено наименьшее использование ненормативной лексики, что соответствовало высокому качеству перевода, но в определенных случаях неполно передавало настроение фильма.

Нами был проведен разбор примеров перевода ненормативной лексики, основанный на классификации Л.С. Бархударова [4]. Он предлагает определять трансформации как межъязыковые преобразования, при этом разделяя их на следующие типы: замены, опущения, добавления и перестановки. Выбор классификации трансформаций был основан на ее широком использовании среди русских переводчиков.

Рассмотрим наиболее показательные варианты переводов фраз, включающих абсцентивную лексику, из фильма “Криминальное чтиво”. Все результаты анализа приведены в Табл.1 Примеры переводческих решений.

1. Фраза из фильма: “You tell them empty out the register, they don’t know what you are talking about.”

Контекст: главный герой объясняет, почему, по его мнению, сложно воровать в маленьких магазинах, чьи владельцы не говорят на английском языке.

Версия перевода Дмитрия Пучкова-Гоблина: “Ты им говоришь: “Давай сюда бабки!”. Они не понимают, что ты хочешь”.

Версия заказного перевода: “Говоришь им: “Гони капусту!”. Они, суки, не врубаются”.

В данном отрывке употребляется выражение “empty out the register”, которая имеет словарное значение “опустошить кассу”. В обоих переводах была использована замена, в первом случае на “давай сюда бабки!”, во втором на “гони капусту!” с использованием жаргонного и просторечного слова “бабки” и жаргонного “капуста”. В ходе использования этих двух слов фраза обретает наибольшую экспрессивность, которой, однако в исходном тексте не было. При этом коммуникативная задача была выполнена.

Помимо этого, наибольшая экспрессивность была отмечена в варианте заказного перевода. Фраза “ they don’t know what you are talking about” была переведена при помощи добавления как “Они, суки, не врубаются” использованием просторечного бранного слова “сука”, имеющее словарное значение “негодяй” или “мерзавец”. Также было использовано разговорное слово “врубаться”, обозначающее “понимать”.

В связи с чем, передача лексики была произведена в рамках дисфемистического перевода с полной передачей исходной ситуации текста. Оба перевода являются адекватными и выполняют свои прагматические функции, при этом заказной перевод обладает наибольшей экспрессивностью за счет использования жаргонной, разговорной и просторечной лексики.

2. Фраза из фильма: “I seen them do it, man. They fucking drown them in that shit.”

Контекст: главный герой рассказывает о своей поездке во Францию, в которой он заметил, что местный ресторан быстрого питания McDonald's продает бургеры не с кетчупом, а с майонезом.

Версия перевода Дмитрия Пучкова-Гоблина: “Я сам видел, как они это делают. Просто заливают все (картошку) к еб*ням этим говном”.

Версия заказного перевода: “Я лично видел. Топят ее (картошку) в этом дерьме”.

В данном отрывке использованы такие обценные выражения, как “fuck” и “shit”. По Кембриджскому словарю, “fuck is used when expressing extreme anger, or to add force to what is being said” и “shit is used in negatives to mean "anything"”. В переводе Дмитрия Пучкова-Гоблина выражение “fucking drown”, с использованием обценности переведено как “заливают”, что уменьшает заложенную в ИЯ экспрессивность. Но добавление выражения “к еб*ням”, в словаре обозначающее “куда подальше, в очень далекое место” компенсирует утраченную эмоциональность [13].

В заказном переводе была передана экспрессивность с использованием слова “дерьмо”, которое является наиболее близким бранным эквивалентом слову “shit” в русском языке. При этом, была утрачена экспрессивность фразы “fucking drown”, переведенная как “топят”, то есть при помощи калькирования.

Таким образом, наиболее экспрессивным и адекватным вариантом перевода в данном случае можно считать работу Дмитрия Пучкова-Гоблина, за счет полной передачи заложенной экспрессивности. При этом, оба варианта выполняют заявленные в ИЯ прагматические задачи.

3. Фраза из фильма: “Oh, man. You know what some fucker did the other day?”.

Контекст: главный герой рассказывает о том, как поцарапали его машину.

Версия перевода Дмитрия Пучкова-Гоблина: “Знаешь, что какой-то пидор вчера сделал?”

Версия заказного перевода: “Знаешь, что сделал какой-то гад?”

Данная фраза в обоих случаях была переведена с использованием замены вульгаризма “fucker”, который в Кембриджском словаре имеет следующее значение: “an unpleasant or stupid person”.

В версии заказного перевода используется лексема “гад”, имеющая значение “подлый, отвратительный человек”, являющееся бранным и разговорным выражением. В то время как в переводе Дмитрия Пучкова-Гоблина используется “пидор”, имеющее близкое к предыдущему слову значение “плохой, неприятный, вредный человек”, которое при этом является вульгаризмом и имеет более явную экспрессивность. В связи с чем, можно сказать, что оба варианта передают ситуацию адекватно, но версия перевода Дмитрия Пучкова-Гоблина является эмоционально эквивалентной по отношению к оригиналу фразы.

4. Фраза из фильма: “Fucking keyed it”.

Контекст: кто-то поцарапал машину главного героя.

Версия перевода Дмитрия Пучкова-Гоблина: “Бл*ть, поцарапал ее”/

Версия заказного перевода: “Царапнул гвоздем”.

В данном случае эмоциональность передана в обоих вариантах перевода. Это осуществляется за счет использования бранного общенизма “блять” Дмитрием Пучковым-Гоблиным, а также за счет использования разговорной формы слова “поцарапать” в заказном переводе.

5. Фраза из фильма: “They should be fucking killed, man”.

Контекст: один из героев фильма отреагировал на то, что кто-то поцарапал машину главного героя.

Версия перевода Дмитрия Пучкова-Гоблина: “Таких надо на месте нахуй убивать”.

Версия заказного перевода: “Таких надо просто убивать”.

Дисфемистический перевод был осуществлен в версии Дмитрия Пучкова-Гоблина за счет использования общенизма “нахуй” при передаче выражения “fucking killed” с английского языка. В заказном переводе эмоциональная составляющая фразы была опущена в ходе его перевода как “убивать”.

Таблица 1. Примеры переводческих решений

Оригинал	Версии переводов	Вид трансформации	Комментарий
Take heart, 'cause you're never gonna have to hear it again.	Версия перевода Дмитрия Пучкова-Гоблина (далее Г.). Соберись с духом, потому что больше ты этого не услышишь.	Добавление: take heart – соберись с духом Замена: have to hear – больше не услышишь	В данном примере наиболее полно был передан смысл фразы в переводе Дмитрия Гоблина, за счет меньшего количества опущений. Помимо этого, идиома “take heart” в его переводе имеет более яркую эмоциональную передачу исходя из использования добавления.
	Версия заказного перевода для дубляжа (далее Д.). Потерпи, больше ты этого не услышишь.	Замена: take heart - потерпи Опущение: 'cause - __ Замена: have to hear – больше не услышишь	
Besides, it ain't the giggle it used to be.	Г. Кроме того, это уже не так прикольно.	-	Перевод Дмитрия Гоблина наиболее соответствует выбранной ситуации. Местоимение “так” передает семантику фразы: раньше деятельность приносила удовольствие персонажу, а теперь нет.
	Д. Это уже не прикольно.	Опущение: the giggle – не прикольно	
You tell them empty out the register, they don't know what you	Г. Ты им говоришь: “Давай сюда бабки!”. Они не понимают, что ты	Замена: empty out the register – Давай	В данном случае в обоих переводах была использована жаргонная лексика,

are talking about.	хочешь.	сюда бабки	несмотря на то, что в ИЯ ее не было.
	Д. Говоришь им: “Гони капусту!”. Они, суки, не врубаются.	Замена: empty out the register – Гони капусту Добавление: they – они, суки	Исходя из контекста, оба перевода являются адекватными и полно передают ситуацию, но версия заказного перевода наиболее передает экспрессивность ситуации.
Those are hash bars?	Г. В смысле, в гашиш-барах?	Замена: those are – в смысле	Версия Дмитрия Пучкова наиболее адекватно передает смысл исходной фразы, так как в заказном переводе было опущено оригинальное значение упомянутого места.
	Д. В кофе-шопах?	Замена: hash bars – кофе-шопах	
I seen them do it, man. They fucking drown them in that shit.	Г. Я сам видел, как они это делают. Просто заливают все (картошку) к ебням этим говном.	Замена: fucking drown – заливают Добавление: к ебням	В данном случае дисфемистический перевод был осуществлен в рамках дуближа от Дмитрия Гоблина. Такие лексемы, как “fucking” и “shit” были переданы с наиболее грубой экспрессией, из-за чего сохранился эмоциональный подтекст фразы.
	Д. Я лично видел. Топят ее (картошку) в этом дерьме.	–	
Sent a couple cats over to his place. They took him out on his patio. Threw his ass over the balcony.	Г. Послал к нему домой пару парней. Те вытащили его на балкон и выбросили паренька с четвертого этажа.	Замена: cats – парней	Рассматривая лексему “cats” в рамках английского сленга, наиболее адекватно она была передана в версии

	Д. Да послал к нему пару горилл. Те зашли к нему в квартиру и скинули его с балкона.	Замена: cats – горилл	казаного перевода как “гориллы”. Из-за чего, в рамках ДП, данная версия является наиболее адекватной.
You my man?	Г. Ты со мной?	Опущение: man	Ни в одной из версий перевода не была передана лексема “man” в сленговом значении. Из-за чего ДП не был полноценно осуществлен.
	Д. Мы договорились?	Опущение: man	
But this one is a fucking madman.	Г. Но вот это - это просто ёбнуться можно.	Замена: fucking madman – ёбнуться можно	Несмотря на то, что в заказном переводе было использовано сленговое выражение “отрыв крыши”, эмоциональная наполненность фразы “fucking madman” была передана наиболее полноценно в переводе Дмитрия Гоблина.
	Д. Но это просто отрыв крыши.	Замена: fucking madman – отрыв крыши	
Now, white people who know the difference between good shit and bad shit, this is the house they come to.	Г. Ты в моем доме. Именно в том доме, в который приходят белые парни, которые легко отличают хорошую дурь от плохой.	Замена: good shit and bad shit – хорошую дурь от плохой	Исходя из Cambridge Dictionary, shit is the solid waste that is released from the bowels of a person or animal. Таким образом, наиболее близкой по значению лексемой в ПЯ будет “дерьмо”. Однако контекст и эмоциональную составляющую наиболее полно
	Д. Ты в моем доме. Сюда заходят белые, которые умеют отличить хорошее дерьмо от	Замена: good shit and bad shit – хорошее дерьмо от плохого	

	плохого.		передаст лексема “дурь” в варианте Дмитрия Гоблина.
The one with all the shit in her face?	Г. Эта у которой рожа всяким говном проткнута?	Замена: face – рожа	При переводе данной фразы была использована контекстуальная замена лексемы “shit” в версии заказного перевода, что наиболее точно передает функции ДП.
	Д. С пирсингом по всей морде?	Замена: shit – пирсингом face – по морде	
Oh, man. You know what some fucker did the other day?	Г. Знаешь, что какой-то пидор вчера сделал?	Замена: fucker – пидор	В версии перевода Дмитрия Гоблина была использована контекстуальная замена лексемы “fucker” - “пидор”, которая в отличие от “гад” имеет наиболее грубую окраску в ПЯ. Из-за чего его перевод наиболее адекватно передает ситуацию ИЯ.
	Д. Знаешь, что сделал какой-то гад?	Замена: fucker – гад	
Fucking keyed it.	Г. Блять, поцарапал ее.	-	В версии заказного перевода в качестве эквивалентного перевода была выбрана разговорная форма слова “поцарапать” - “царапнул” с целью передачи эмоциональной окраски и контекста. В переводе Дмитрия Гоблина был использован вульгаризм “бл*ть”, из-за чего перевод ИЯ также
	Д. Царапнул гвоздем.	-	

			соответствует ДП.
Oh, man. That's fucked up.	Г. Ну это полная хуйня.	Замена: fucked up - полная хуйня Опущение: Oh, man - __	Cambridge Dictionary дает следующее определение "fucked up": unhappy and emotionally damaged. Исходя из чего обе версии перевода являются адекватными, однако использование вульгаризма "х*йня" Дмитрием Гоблиным наиболее ярко передает эмоциональную окраску фразы.
	Д. Нифига! Печально.	Замена: fucked up - печально oh, man - нифига	
It was out five days. And some dickless piece of shit fucked with it.	Г. Езжу всего пятый день и какой-то тупой говнюк взял и поцарапал ее.	Замена: dickless piece of shit - тупой говнюк fucked with it - поцарапал ее	Несмотря на то, что обе лексемы ("говнюк" и "сволочь") обладают схожими значениями в Wiktionary и Толковом словаре Т.Ф. Ефремова, вульгарным и грубым является "говнюк". Из-за чего, наиболее адекватным переводом будет считаться вариант Дмитрия Гоблина.
	Д. Пять дней как выкатил (машину), и вот какая-то сволочь царапнула.	Замена: dickless piece of shit - сволочь fucked with it - царапнула	
They should be fucking killed, man.	Г. Таких надо на месте нахуй убивать.	-	Вульгаризм "fucking" был эквивалентно передан с помощью вульгаризма "н*хуй" в переводе Дмитрия Гоблина, из-за чего его
	Д. Таких надо просто убивать.	Опущение: fucking killed -	

		убивать	вариант перевода соответствует ДП.
--	--	---------	------------------------------------

Таким образом, проведя анализ 15 отрывков из фильма “Криминальное чтиво” Квентина Тарантина, основанном на классификации Л.С. Бархударова, нужно отметить, что оба варианта перевода являются адекватными, выполненными профессиональными переводчиками. Однако в рамках дисфемистического перевода наиболее успешным является вариант Дмитрия Гоблина-Пучкова, так как в его переводе чаще всего используются вульгаризмы и обценная лексика. Тем не менее, во всех случаях опущения и замены не повлияли на качество передачи содержания и не влекли за собой потерь.

Список литературы

1. Аракин В.Д., Выгодская З.С., Ильина Н.Н. *Англо-русский словарь: Ок. 36000 слов – 13-е изд., стереотип., М.: Рус. яз., 1991.*
2. Арнольд, И. В. *Стилистика современного английского языка: Учеб. пособие для студентов пед. ин-тов по специальности № 2103 «Иностранные языки» / И. В. Арнольд. – 2-е изд., перераб. – Л. : Просвещение, 1981. – 295 с.*
3. Ахманова О.С. *Словарь лингвистических терминов / О.С. Ахманова. – 2-е изд., стер. – М : УРСС : Едиториал УРСС, 2004. – 571 с.*
4. Бархударов Л.С. *Язык и перевод. – М. : Международные отношения, 1975. – 240 с.*
5. Бахтин М.М. *Вопросы литературы и эстетики / М. М. Бахтин. — Москв : Художественная литература, 1975. — 506 с.*
6. Беляева Т.М., Хомяков В.А. *Нестандартная лексика английского языка. – 2-е изд. – Л., 1985. – 136 с.*
7. Грибанова И. Э. *Особенности перевода англоязычных художественных фильмов комедийного жанра на русский язык / И. Э. Грибанова. – Екатеринбург, 2016. – 74 с.*
8. Комиссаров В.Н. *Теория перевода. Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. – М.: Высш. шк., 1990.*

9. Скребнев, Ю. М. Основы стилистики английского языка (на англ. яз.) [Текст] : Учебник для ин-тов и фак. иностр. яз. / Ю. М. Скребнев. – 2-е изд., испр. – М.: ООО «Издательство Астрель»: ООО «Издательство АСТ», 2003.
10. Слышкин Г.Г., Ефремова М.А. Кинотекст: опыт лингвокультурологического анализа. – М., 2004. – 153 с.
11. Словоборг.ру. [Электронный ресурс]. 2020. URL: <http://slovoborg.su/definition/%D0%9A+%D0%B5%D0%B1%D0%B5%D0%BD%D1%8F%D0%BC> (дата обращения 01.11.2022)
12. Что лучше многоголосый или полное дублирование [Электронный ресурс]. 10.03.2020. URL: <https://planshet-info.ru/kompjutery/chto-luchshe-mnogogolosyj-ili-polnoe-dublirovanie> (дата обращения: 08.11.22).

УДК 80
ББК 83

СУЩНОСТЬ УСТНОГО ПЕРЕВОДА В ЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ НАУКЕ

Ю.А. Зембатова, Московский государственный гуманитарно-экономический университет, г. Москва, Россия

THE ESSENCE OF INTERPRETATION IN LINGUISTIC SCIENCE

*Y.A. Zembatova, Moscow State University of Humanities and Economics,
Moscow, Russia*

Аннотация. Данная статья посвящена изучению сущности устного перевода. Рассмотрено два основных вида устного перевода: последовательный и синхронный. Оба этих типа имеют свои особенности и отличительные черты. Уделяется внимание изучению условий, необходимых для выполнения устного перевода на высоком уровне. Также немаловажную роль играет влияние экстралингвистических факторов на работу устного переводчика. Были упомянуты трудности, с которыми переводчик может столкнуться при выполнении устного перевода, а также перечислены основные навыки для качественной работы устного переводчика.

Ключевые слова: устный перевод, последовательный перевод, синхронный перевод, классификация, восприятие, говорение, экстралингвистические факторы, навыки переводчика.

Abstract. This article is devoted to the problem of the essence of interpretation. Two main types of interpretation are considered: consecutive and simultaneous. Both of these types have their own characteristics and distinctive features. Attention is paid to the study of the conditions necessary to perform interpretation at a high level. The influence of extralinguistic factors on the work of an interpreter also plays an important role. The difficulties that a translator may face when performing

interpretation were mentioned, as well as the basic skills for high-quality work of an interpreter were listed.

Key words: interpretation, consecutive translation, simultaneous translation, classification, perception, speaking, extralinguistic factors, translator skills.

E-mail: zembatova.13@mail.ru

Роль перевода в настоящем мире достаточно высока, при этом перевод считается поистине многогранным явлением. Будучи средством экономического и политического общения, перевод помогает устанавливать взаимосвязь между людьми различных стран, объединяя в себе коммуникативную и информативную функции.

По методу восприятия текста и дальнейшего составления перевода выделяют две формы: устную и письменную.

Особое внимание будет уделено устному способу перевода, который подразумевает передачу содержания устных высказываний выступающего на одном языке с помощью языковых соответствий другого языка.

Устный переводчик является важнейшим членом любого мероприятия, которое предполагает нахождение представителей различных стран, либо транслирование той или конференции на другой язык.

В связи с тем, что работа устного переводчика предполагает определенную спонтанность речи говорящего, иными словами без обширного количества времени на подготовку, а также влияние различных лингвистических и экстралингвистических факторов, это делает данный вид перевода одним из сложнейших в переводческой деятельности.

В современном обществе наряду с развитием различных технологий, не понижаются требования и к переводчикам, ведь они влияют на грамотное понимание смысла между представителями разных национальностей.

От характера исходных текстов и условий работы переводчика зависит процесс и качество перевода. В процессе устного перевода задействовано значительное количество умственных механизмов, и условия их работы в различных видах устного перевода отнюдь не идентичны. Таким образом, виды устного перевода можно классифицировать, опираясь на умственные

механизмы, функционирование которых в процессе устного перевода безусловно. Ниже приводится классификация Р.К. Миньяра-Белоручева, который наиболее точно определил умственные механизмы устного перевода.

«Важнейшими умственными механизмами, осуществляющими переводческую деятельность, являются:

- механизмы восприятия исходного текста;
- механизмы запоминания;
- механизмы перехода от одного языка к другому;
- механизмы оформления перевода;
- механизмы синхронизации переводческих процессов» [10, с. 165].

Эти механизмы могут работать в разнообразных условиях: либо в условиях, когда основная нагрузка при переводе падает на слуховые анализаторы, либо в условиях перегрузки памяти, либо при наличии письменного исходного текста, либо в условиях последовательного осуществления переводческих операций, либо при их синхронности и т.д.

Однако, необходимо знать, что условия функционирования умственных механизмов переводчика не являются единственной классификацией устного перевода.

Согласно определению В.Н. Комиссарова, «устный перевод – это вид перевода, при котором оригинал и его перевод выступают в процессе перевода в нефиксированной форме, что предопределяет однократность восприятия переводчиком отрезков оригинала и невозможность последующего сопоставления и исправления перевода после его выполнения» [4, с. 225].

При устном переводе создание текста перевода может происходить либо параллельно восприятию оригинала, либо после того, как завершится восприятие оригинала.

Процесс устного перевода (как речевой коммуникации вообще) распадается на два этапа – восприятие и говорение, которые протекают, как указывалось ранее, в быстрой последовательности или почти параллельно. В устном переводе нет возможности для отвлечения от контекста. Необходимо

уметь выделять смысловые единицы, подлежащие переводу, т.е. анализировать текст даже тогда, когда некоторый отрезок не был воспринят или был воспринят в искаженном виде.

Для сравнения можно привести классификацию процесса устного перевода немецкого ученого Каутца. «Данная классификация включает в себя 6 этапов:

1. Восприятие (аудирование) исходного текста;
2. Понимание исходного текста;
3. Запоминание исходного текста;
4. трансформация текста перевода;
5. редактирование текста перевода;
6. устное формирование текста перевода.» [3, с. 245].

Как видно из вышеуказанной информации, немецкие ученые, в частности Каутц, более детально классифицируют процесс устного перевода.

Одно из основных требований, предъявляемых к устному переводу, является точность передачи основного содержания исходного сообщения, всего того, что составляет его информационную ценность в данной обстановке. И это требование следует понимать не только как уступку, обусловленную сложными условиями, в которых протекает восприятие и оформление перевода. «Это требование есть, помимо прочего, результат объективно существующей обстановки, в которой оперативность выдвигается на первый план: адресату важно быстро получить информацию независимо от того, представлена ли она в форме адекватного перевода или нет» [6, с. 245].

Всем известно, что переводчики играют огромную роль в сфере международных коммуникаций, позволяя передавать информацию по всему миру. Выделяют два вида устного перевода: синхронный и последовательный. Они оба используются для преодоления языковых и культурных барьеров в различных условиях.

Однако многие люди часто не различают эти два типа перевода, что делает еще более важным понимание того, как и почему каждый из них

эффективен. Необходимо четко различать виды устного перевода, а также знать их преимущества и недостатки.

Главное, что отличает эти два типа перевода друг от друга - это время, которое переводчик тратит на саму реализацию исходного текста на другой язык. Последовательный переводчик - это тот, кто переводит речь после того, как первоначальный оратор сделал паузу или закончил говорить, в то время как синхронный переводчик работает в режиме реального времени, говоря без каких-либо пауз.

Для начала, следует рассмотреть преимущества последовательного перевода.

Работа в качестве последовательного переводчика не требует специального оборудования, такого как высококачественные микрофоны и гарнитуры. Все, что необходимо для выполнения этой работы, – это блокнот и ручка для записи того, что говорят ораторы.

Следующие преимущество данного метода – это то, что он дает переводчикам больше времени, чтобы максимально точно передать сообщение говорящего. Это полезно, потому что любая речь может быть передана более свободно и с соответствующими эмоциями, так как у переводчиков будет больше времени, чтобы мысленно подготовить свою интонацию и мелодию каждого предложения, не теряя его смысла. А поскольку им не нужно одновременно слушать и говорить, то качество последовательного перевода будет выше, так как у переводчика будет время придумать наиболее подходящий способ перевода

У последовательного перевода есть и свои недостатки, в частности по отношению к оратору. Из-за того, что говорящий вынужден делать паузы, чтобы дать переводчику время перевести информацию, он может потерять ход своих мыслей. К тому же, одно и то же сообщение будет выражено дважды, сначала на исходном языке, а затем на языке целевой аудитории, что означает, что события будут проходить в два раза дольше.

Следующая особенность – это то, что последовательный перевод позволяет переводить только один язык. Для того, чтобы сообщение говорящего было переведено более чем на один иностранный язык, потребовалось бы несколько устных переводчиков, поскольку слишком трудно управлять более чем одним языком одновременно. А, следовательно, ораторам пришлось бы выделять еще больше времени между своей речью, что также будет мешать концентрации говорящего, потому что ему придется ждать и каждый раз вспоминать, на чем он остановился [12, с. 245].

Касаемо синхронного перевода, он также имеет ряд преимуществ и недостатков.

В первую очередь, синхронный перевод предлагает меньше отвлекающих факторов для ораторов и переводчиков, так как они будут работать в звуконепроницаемом месте, включая специальное оборудование, все это позволит улучшить качество речи и самого мероприятия. Также это позволяет осуществлять интерпретацию информации с одного языка на другой в режиме реального времени, что дает возможность мероприятию проходить так, как будто все участники говорят на одном языке.

При синхронном переводе, речь говорящего передается немедленно, поэтому ни одно исходное сообщение не теряется, переводчик использует различные трансформации для более точной интерпретации исходного текста, пытаясь его сократить, но передать саму суть [11, с. 415].

Кроме того, нет ограничений на количество параллельных языков, которые могут быть интерпретированы одновременно, так как часто одновременно работают несколько синхронных переводчиков.

В синхронном переводе имеются также свои недостатки.

Этот метод устного перевода требует больших затрат, поскольку для каждого языка потребуется как минимум два переводчика. Ведь синхронный переводчик может работать только двадцать-тридцать минут, так как требуется высокий уровень концентрации, и поэтому необходимы регулярные перерывы.

Синхронный переводчик должен работать максимально быстро, поэтому он должен быть развит во всех сферах, для того чтобы предугадывать информацию и не терять время на поиск эквивалентов. Также, переводчик должен перевести предложение до того, как услышит конец всей идеи, что может увеличить вероятность мелких ошибок и неудачно-подобранных конструкций.

Таким образом, последовательный и синхронный перевод имеют свои особенности и различия, но задача у них одна, как можно точно передать услышанную исходную речь на другой язык, используя при этом минимум времени и максимум своих навыков.

Работа устного переводчика имеет ряд отличительных особенностей. Чаще всего переводчик должен уметь переводить с русского языка на английский, а также с английского языка на русский. Перевод обычно выполняется на месте. Таким образом, процесс перевода представляется более сложным и требовательным, поскольку он не позволяет использовать словари или другие дополнительные справочные материалы. Можно добавить, что устные переводчики должны обладать экстраординарными способностями к аудированию, особенно когда они выполняют синхронный перевод. Синхронные переводчики должны запоминать слова, которые произносит носитель исходного языка.

Переводчики также должны обладать отличными навыками публичных выступлений.

Устный перевод, как и письменный перевод, – это искусство перефразирования. Переводчик, слушая говорящего на одном языке, пытается уловить содержание того, что говорится. Затем происходит перефразирование. Переводчик передает сообщение в соответствии с пониманием смысла, который он или она получил, используя инструменты языка перевода. Однако важно отметить, что точно так же, как нельзя объяснить кому-то мысль, если она не была полностью понята, точно так же нельзя перевести или интерпретировать что-то, не овладев передаваемым предметом [14, с. 325].

Можно выделить основные навыки, которыми должны обладать устные переводчики:

- Доскональное знание общего предмета, подлежащего переводу;
- Близкое знакомство с обеими культурами;
- Обширный словарный запас на обоих языках;
- Способность ясно и сжато выражать мысли на обоих языках;
- Отличные методы ведения записей при последовательном устном

переводе;

- Не менее 2-3 лет опыта работы на конференциях для синхронного перевода.

На различных встречах, семинарах или переговорах могут потребоваться устные переводчики. Это мероприятия, участники которых говорят на разных языках. В зависимости от характера мероприятия используется синхронный или последовательный перевод.

Синхронный перевод осуществляется во время выступления собеседника. Такой тип перевода используется в основном для более длительных мероприятий в больших аудиториях. Это также часто встречается на мероприятиях с несколькими языками, где перевод требуется выполнять одновременно. Синхронный перевод требует специальных технологий и оборудования для устного перевода. Переводчик слушает говорящего через наушники и одновременно переводит в микрофон. Люди в аудитории могут выбрать подходящий канал с подходящим языком.

В зависимости от интенсивности мероприятия синхронный перевод для одной языковой пары выполняется двумя переводчиками. Они сменяют друг друга каждые 30-40 минут.

Примерами мероприятий, требующих синхронного перевода, могут быть следующие: учебные курсы, конференции и мероприятия для клиентов.

Таким образом, знание основных аспектов и особенностей при работе с устным переводом принесет пользу как переводчику, так и слушателям, а также

послужит взаимопониманию и сотрудничеству между людьми различных государств.

Список литературы

1. Бархударов Л.С. *Язык и перевод. Вопросы общей и частной теории перевода.* М., 2010. – 250 с.
2. Гойхман О.Я. *Трудности перевода.* М. 1975. – 200 с.
3. Каутиц Э. *Приемы последовательного перевода.* М., 1989. – 245 с.
4. Комиссаров В.Н. *Общая теория перевода.* М., 1999. – 225 с.
5. Комиссаров В.Н. *Теория перевода (Лингвистические аспекты).* М., 1990. – 215 с.
6. Латышев Л.К. *Курс перевода.* М., 1999. – 245 с.
7. Латышев Л.К. *Перевод: проблемы теории, практики и методики преподавания.* М., 1988. – 215 с.
8. Латышев Л.К. *Технология перевода.* М., 1999. – 200 с.
9. Левицкая Т.Р. *Пособие по переводу с английского языка на русский.* М., 1973. – 312 с.
10. Миньяр-Белоручев Р.К. *Курс устного перевода.* М., 2000. – 165 с.
11. Миньяр-Белоручев Р.К. *Общая теория перевода и устный перевод.* М.: Воениздат, 1980. – 415 с.
12. Миньяр-Белоручев Р.К. *Последовательный перевод. Теория и методы обучения.* М.: Воениздат, 1969. – 245 с.
13. Рецкер Я. И. *Теория перевода и переводческая практика.* М., 1974. – 250 с.
14. Россомагина Н.И. *Особенности перевода как вторичного вида речевой деятельности.* М., 1976. – 325 с.

УДК 366.636
ББК 76.0

ПЕРЦЕПЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЕКЛАМНЫХ ИНТЕРНЕТ-ПРОЕКТОВ

В.И. Крутихина, Московский университет имени А.С. Грибоедова,

г. Москва, Россия

PERCEPTION OF CONSUMERS OF INTERNET ADVERTISING PROJECTS

V.I. Krutikhina, A.S. Griboyedov Moscow University, Moscow, Russia

Аннотация. В статье приведены способы реализации рекламных стратегий через виды рекламных интернет-проектов и методы построения рекламы через призму перцепции потенциальных потребителей.

Ключевые слова: реклама, рекламная стратегия, методы рекламы в интернете, восприятие потенциальных потребителей.

Abstract. The article describes the ways of implementing advertising strategies through the types of Internet advertising projects and methods of building advertising through the prism of perception of potential consumers.

Keywords: advertising, advertising strategy, methods of advertising on the Internet, perception of potential consumers.

E-mail: krutikhina.veronika@mail.ru

Рекламные стратегии – это комплекс запланированных действий для достижения бизнес-целей. Главная бизнес-цель – повышение продаж, узнаваемости бренда или компании. Стратегии реализуют согласно установленному графику с помощью наиболее подходящих для бизнеса каналов. Каналы коммуникации с аудиторией выявляются с помощью анализа целевой аудитории [2, с. 752]. В 2021 году численность пользователей сети интернет составило 90% населения России [5]. В связи с этими данными, для достижения целей бизнеса сегодня - рекламу необходимо распространять в интернете. Для успешной стратегии, чтобы реклама принесла наибольшее число конверсий, требуется анализ целевой аудитории. Анализ целевой аудитории – это сбор общей информации и характеристик о клиентах бизнеса, с целью выявления потенциальных покупателей [1, с. 225]. Целевую аудиторию можно классифицировать по демографическим признакам: пол, возраст, социально-экономический статус, доход, образование, семейное положение, профессия; по интересам: хобби, ценности, политические взгляды,

любимые жанры музыки и кино; поведению потребителя: насколько долго человек принимает решение о покупке, какие социальные сети предпочитает, какими способами производит оплату. Для широкого анализа аудитории проводится анализ конкурентов. После анализа аудитории определяются коммуникационные каналы и способы распространения рекламы в интернете.

1. SMM

Это использование социальных платформ в качестве каналов для продвижения бренда, увеличения целевой аудитории, привлечения трафика на сайт и повышения продаж. Социальные сети являются основой SMM. Контент в профиле должен соответствовать политике бренда. С помощью данного инструмента можно:

- прогревать аудиторию, поддерживать взаимосвязь;
- поставлять трафик на сайт.

2. Таргетированная реклама

Способ онлайн-рекламы, в котором используются методы и настройки поиска целевой аудитории в соответствии с заданными параметрами, которые могут заинтересоваться рекламируемым товаром или услугой. Сегментированной аудитории предлагают условия, которым интересны именно эти предложения. Таргетированная реклама в основном используется в социальных сетях: Instagram, Facebook (тоже самое, что Инстаграмм), ВКонтакте, Одноклассники, ТикТок.

3. Контекстная реклама

Тип интернет-рекламы, при котором рекламное объявление показывается в соответствии с содержанием, выбранной аудиторией, местом, временем или иным контекстом интернет-страниц. Для этого есть специальные сервисы, которые связывают веб-мастеров - владельцев интернет-площадок с приемлемым объемом трафика, с компаниями, которым требуется реклама.

4. SEO

Технология раскрутки сайта в поисковой выдаче с целью получения трафика. В основе работы лежит знание алгоритмов ранжирования ресурсов в выдаче и улучшение критериев сайта с целью выведения его в топ результатов поиска по

требуемым ключевым фразам. Это проверяется в Google Трендах или в Яндекс Вордстат.

5. Email-рассылки

Один из наиболее эффективных инструментов интернет - маркетинга. Он позволяет выстраивать прямую коммуникацию между брендом и потенциальными или существующими клиентами.

6. Партнерские программы

Форма делового сотрудничества между продавцом и партнёрами при продаже какого-либо товара или предоставления услуг. Позволяет продавцу сократить расходы на привлечение конечного покупателя. Особенно широко распространены в деловой модели B2B.

Так как главная цель рекламной стратегии – привлечение клиента и доведение его до покупки – для продуктивной рекламной работы необходимо понимать перцепцию потребителя. С помощью перцепции человек узнает и различает объекты, относит к некой категории и систематизирует их. В результате восприятия появляются субъективные образы предметов – ассоциации. Любую информацию, направленную на привлечение внимания клиента, необходимо сопоставлять с психологическими установками, которая стимулирует у покупателя реакцию или побуждение к действиям [2, с. 106]. Ссылаясь на подсознание клиента, маркетологи используют такие методы привлечения, как:

1. Подбор цвета.

Цвета способны вызвать в человеке конкретный спектр эмоций и повлиять на отношение к продукту. К примеру, красный цвет способен привлечь внимание к деталям, сопоставляется с лидерством и сексуальностью, но при чрезмерном использовании стимулирует агрессию и раздражение. Поэтому чаще в рекламе используют оттенки красного цвета, а именно пурпурный, розовый, бордовый так как они вызывают более позитивные эмоции. Синий, как и зеленый цвет в рекламе вызывают спокойствие и умиротворение, эти цвета используют в рекламе медицинской продукции. Желтый цвет сопоставляется с солнцем и воспринимается позитивно - используют в детской рекламе, рекламе турагентств, а также веселых

мероприятий, настраивая клиента на позитивный опыт. Цветовая палитра при выборе рекламного сообщения должна соответствовать с цветовой палитрой бренда, чтобы поддерживать ассоциативную связь цвета с брендом для потенциального покупателя.

2. Расстановка объектов в рекламном сообщении.

Первый психологический метод заключается в том, что стимул, появившийся в левом поле зрения, вначале проецируется и обрабатывается правым полушарием, а стимул, появившийся в правом поле зрения проецируется и обрабатывается левым полушарием. Таким образом, устройство нейроанатомической системы функционирует так, что правое полушарие обрабатывает информацию, представленную в левой части рекламы и наоборот. Так как правое полушарие лучше подходит для обработки изобразительной информации, а левое – для логической и вербальной, то размещение изображения слева от текста увеличит быстроту восприятия, что приведет к позитивной оценке потребителей. Второй метод состоит в расположении продукта в рекламе в виде, который стимулирует клиента к стимуляции процесса, позволяя зрителю мысленно взаимодействовать с предметом. Таким образом, ручка кружки обязана находиться с правой стороны, ведущей руки большинства, проецируя ментальное взаимодействие с товаром.

3. Выбор рекламного текста

Текст в рекламе должен содержать максимум информации с использованием минимального количества слов. Хорошим маркетинговым ходом будет рифмовка. Рифма не только провоцирует потенциального клиента обратить внимание на необычную формулировку, но и большая возможность запоминания рифмы, что помогает запомнить товар. Но и этим приемом не стоит злоупотреблять, так как потребитель может устать от однообразной подачи рекламы.

4. Подбор шрифтов

Большое значение для любой рекламы представляет собой подбор шрифтов, которыми оформляются рекламные тексты. Смысл стандартных вариаций шрифтов состоит в том, чтобы уменьшить психологическую дистанцию между рекламодателем и потребителем и создать доверительные отношения. А вот

рукописные тексты по многочисленным исследованиям малоэффективны в рекламе, которая предназначена «для незамедлительного ознакомления». Отсутствие промежутков между буквами, а также наличие незнакомого почерка заставит клиента вчитываться и вникать в текст. Использование малоизвестных шрифтов повысит уникальность товара и фирменного знака. А используемый шрифт в контексте каждодневных продуктов для повышения восприятия информации, считается положительным сигналом о том, что продукт безопасен и проверен – это ведет к высокому спросу на товар [4].

Список литературы

1. *Алешин, И. В. Паблик рилейшенз для менеджеров и маркетеров.* – М.: Экмос, 2002. – 225 с.
2. *Армстронг Г. Основы маркетинга.* – М.: Вильямс И.Д., 2019. – 752 с.
3. *Лебедев А. Н. Две методологические традиции в организации научно-практических исследований и разработок в психологии рекламы // Психологический журнал.* – 2000. – Т. 21. – №4.
4. *Реклама торговой марки. Теория и практика рекламной деятельности // <https://adindustry.ru/doc/1128>.*
5. *Чернышенко назвал число интернет-пользователей в России // <https://ria.ru/20220928/polzovateli-1819992787.html>*

УДК 366.636
ББК 76.0

ВЛИЯНИЕ АНТИЧНОСТИ НА ПОЭЗИЮ «СЕРЕБРЯНОГО ВЕКА»

*Я.С. Лещикова, Московский университет имени А.С. Грибоедова,
г. Москва, Россия*

THE INFLUENCE OF THE ANTIQUITY ON THE POETRY OF THE “SILVER AGE”

*Y. S. Leshchikova, Moscow University named after A.S. Griboyedov,
Moscow, Russia*

Аннотация. В статье даны понятия античности и серебряного века. Рассмотрено отражение античных образов на примере поэзии поэтов-акмеистов того времени. В итоге,

проанализированы произведения А.А. Ахматовой, Н.С. Гумилёва и О.Э. Мандельштама и разобраны основные литературные герои, которые встречаются в их поэзии.

Ключевые слова. Городской текст, античные образы и мотивы, поэзия, литературные герои.

Abstract. The article presents the concepts of antiquity and the Silver Age. The reflection of ancient images on the example of the poetry of Acmeist poets of that time is considered. As a result, the works of A.A. Akhmatova, N.S. Gumilev and O.E. Mandelstam are analyzed and the main literary characters that occur in their poetry are analyzed.

Keywords: Urban text, ancient images and motifs, poetry, literary heroes.

E-mail: Leshchikovay@gmail.com

Объект научного интереса в настоящей статье – античные образы в поэзии серебряного века.

Античность (1 тыс. до н.э. – 5 в. н.э.) – это один из важнейших периодов развития литературы. Особенности литературы этого периода наиболее сильно находят отклик в творчестве поэтов-акмеистов «серебряного века» [6].

Серебряный век — образное название периода в истории русской поэзии, относящегося к концу XIX — началу XX века. Серебряным веком условно называют период, в течение которого активно развивалась русская поэзия. В эти временные рамки появилось большое количество поэтов и поэтических течений, направленных на поиск новых поэтических форм и эстетических идеалов [6].

Рассмотрим отражение античности в поэзии А.А. Ахматовой, Н.С.Гумилева и О.Э. Мандельштама.

Античная литература по-разному повлияла на творчество поэтов разных эпох. О. Мандельштам при помощи неё пытается раскрыть вечную философскую тему любви. В центре авторского внимания Троянская война. Это воплощение видно в «Бессонница. Гомер. Тугие паруса» (1915).

Бессонница. Гомер. Тугие паруса.

Я список кораблей прочел до середины:

Сей длинный выводок, сей поезд журавлиный,

Что над Элладюю когда-то поднялся.

Как журавлиный клин в чужие рубежи, –

На головах царей божественная пена, –

Куда плывете вы? Когда бы не Елена,

Что Троя вам одна, ахейские мужи?
И море, и Гомер – всё движется любовью.
Кого же слушать мне? И вот Гомер молчит,
И море черное, витийствуя, шумит
И с тяжким грохотом подходит к изголовью [5, с. 151].

Это стихотворение являет собой монолог-раздумье над основной темой Троянской войны и роли любви в ней. По смыслу оно делится на три части: рассказ о бессоннице, заставившей обратиться к Гомеру; обращение к «ахейским мужам»; размышления о любви.

Давно известно, что Осип Мандельштам был студентом историко-филологического факультета. Будучи студентом, он изучал «Илиаду» в полном объёме. Чтение списка кораблей считалось проверенным средством от бессонницы. Этот факт нашёл место и в анализируемом стихотворении [4].

Строки стихотворения написаны от первого лица. С помощью этого читатель следит за мыслями лирического героя, который считает, что «ахейские мужи» боролись не за Трою, а за Елену. Ключевая мысль здесь отражается в последних четырёх строках: «всё движется любовью».

Данное стихотворение отсылает нас ко второй песни «Илиады» Гомера, которая называется «Сон. Беотия, или Перечень кораблей». Образная система стихотворения «Бессонница. Гомер. Тугие паруса...» строится на отсылках к «Илиаде» и группе морских образов.

Так, символом красоты и любви становится здесь Елена, виновница Троянской войны. Она становится символом чувств, которые толкают на преступления и кровавую месть.

Образ «божественной пены» на головах царей соотносится с мифом о рождении богини красоты Афродиты, которая вышла из морской пены. Так, Мандельштам связывает два мифа: о Троянской войне и об Афродите.

Но ключевым здесь становится образ моря. В нём сходится и путешествие ахейцев, и шум мыслей, и творческий импульс. Море становится здесь живым

существом, диким, неподвластным культуре. Это нечто языческое, зародившееся ещё до цивилизации. Так же, как и любовь.

Н. С. Гумилёв «Ахилл и Одиссей» (1907)

Одиссей

Брат мой, я вижу глаза твои тусклые,
Вместо доспехов меха леопарда
С негой обвили могучие мускулы,
Чувствую запах не крови, а нарда.
Сладкими винами кубок твой полнится,
Тщетно вождя ожидают в отряде,
И завивает, как деве, невольница
Черных кудрей твоих длинные пряди.
Ты отдыхаешь под светлыми кущами,
Сердце безгневно и взор твой лилеен,
В час, когда дебри покрыты бегущими,
Поле — телами убитых ахейн.
Каждое утро страдания новые...
Вот, я раскрыл пред тобою одежды,
Видишь, как кровь убегает багровая,
Это не кровь, это наши надежды.

Ахилл

Брось, Одиссей, эти стоны притворные,
Красная кровь вас с землей не разлучит,
А у меня она страшная, черная,
В сердце скопилась и давит и мучит [3, с. 267].

Сюжет стихотворения отражает кульминацию IX песни «Илиады» — Одиссей пытается уговорить Ахилла вернуться к войску, которому угрожает гибель под стенами Трои, но Ахиллес отказывается.

В произведении можно заметить образы, связанные с переложением послегомеровской версии мифа об Ахиллесе. Об этом говорят строки: «...и завивает, как деве, невольница... черных кудрей твоих длинные пряди».

Стоит отметить, что слова гумилевского Одиссея ближе к упреку в эпикурействе, слабости, безволии, любви к земным наслаждениям и благам кардинально расходятся с торжественным, пафосным призывом гомеровского Одиссея, в котором нет и намека на критику образа жизни «вне бранного поля».

Гумилев также изменил и Ахилла. Он расширил палитру чувств героя и выразил конфликт долга и чести. В произведении Ахилл чувствует и осознает, что место его – на бранном поле, среди гибнущих, идущих в бой ахейцев, но невозможно преступить чрез себя, свою честь и гордость. Чувство патриотизма и чувство собственного достоинства – два краеугольных камня для его личности.

Наиболее ярко отражение античности видно в поэзии А.А. Ахматовой. Древнегреческие образы литературных героинь, которых Ахматова по внешним или внутренним причинам связывала с собой, становились точкой отсчета её стихотворений. Некий «список двойников» приведен самой Ахматовой в одном из поздних стихотворений «Последняя роза» (1962):

Мне с Морозовою класть поклоны,
С падчерицей Ирода плясать,
С дымом улетать с костра Дидоны,
Чтобы с Жанной на костер опять.
Господи! Ты видишь, я устала
Воскресать, и умирать, и жить... [1, с. 134]

Разберём три самых часто встречающихся образа: Кассандра, Дидона, Федра. Этих античных героинь объединяет мотив трагической любви и наказания за нее. Осознание собственной трагичности, перекрывающей особенности эпохи, принадлежит самой сущности Ахматовой.

Примечательно то, что Ахматова обращается к образам не из античных первоисточников, а из «зеркал»: Гомер через Шиллера, Вергилий через Данте, Эврипид через Расина. Выбирая героинь, ставших нарицательными, Ахматова избегает простого уподобления и даже подражания; она «возвращает» те нравственные ситуации, в которых наиболее полно воплощаются их трагические судьбы.

Сравнение Ахматовой с Кассандрой принадлежит Мандельштаму: «Я не искал в цветущие мгновенья/ Твоих, Кассандра, губ, твоих, Кассандра, глаз...» У самой Ахматовой стихотворений, посвященных Кассандре, нет, но ее имя упоминается в знаменательном контексте одной из «пропущенных строф» «Поэмы без героя» (1940 - 1962):

Посинелые стиснув губы,
Обезумевшие Гекубы
И Кассандры из Чухломы,
Загремим мы безмолвным хором
(Мы, увенчанные позором):
«По ту сторону ада мы» [2, с. 205].

Показательно, что мотив Кассандры как пророчицы несчастий появляется у Ахматовой очень рано, когда, казалось бы, нельзя было провидеть бед и катастроф. Тема пророчеств и предсказаний является одной из основоположных у Ахматовой во многих произведениях.

Дидона – ключевой образ позднего цикла «Шиповник цветет» (1964). Ряд сюжетных мотивов цикла связан общей историей с Дидоной. Например, появление гостя из далекой страны в строках: «И город, смертно обессилен, /Был Трои в этот час древней...». Впоследствии был написан эпитафия «Ромео не было. Эней, конечно, был» (1964).

Не пугайся, – я еще похожей
Нас теперь изобразить могу.
Призрак ты – иль человек прохожий,
Тень твою зачем-то берегу.
Был недолго ты моим Энеем, –
Я тогда отделалась костром.
Друг о друге мы молчать умеем.
И забыл ты мой проклятый дом.
Ты забыл те, в ужасе и в муке,
Сквозь огонь протянутые руки

И надежды окаянной весть.

Ты не знаешь, что тебе простили...

Создан Рим, плывут стада флотилий,

И победу славословит лесть [1, с. 128].

Сюжет тесно связан с событием, произошедшим с Энеем. Ненавидевшая Энея Гера наслала бурю на его корабли и те причалили к Карфагену. Здесь в героя влюбилась основательница Карфагена – Дидона, но Зевс через Меркурия повелел Энею покинуть Карфаген. Влюблённый Эней страдает, так как не может ни остаться с возлюбленной, ни взять её с собой. Он коварно бросает Дидону, которая, видя его паруса на горизонте, от горя убивает себя. Ахматова проводит параллель Дидоны и себя. Роль Энея в биографии Анны Андреевны сыграл Борис Анреп, уехавший в Англию после революции. Но мотив чужеземца актуализировался и намного позже, когда в жизни Ахматовой появился Исая Берлин.

Он показывает, что ситуация для нее была инвариантной, служа зеркалом как одним из лейтмотивов ее творчества. Мотив чужеземца, вместо счастья несущего гибель, забывшего «те, в ужасе и в муке, / Сквозь огонь протянутые руки» и получившего ненужное ему прощение, откликнулся еще в одном забвении, более страшном, потому что оно зачеркивает то, что было:

Оба мы ни в чем не виновны,

Были наши жертвы бескровны –

Я зашла, и он – забыл [1, с. 80].

А вот сравнение Ахматовой с Федрой также принадлежит Мандельштаму. Стихотворений, посвященных Федре, у Ахматовой также нет, но мы встречаем ее в набросках к «Большой исповеди»:

А рядом громко говорила Федра

Нам, гордым и уже усталым людям,

Свои невероятные признанья... [2]

Среди параллелей, которые могли бы привлечь Ахматову, в первую очередь следует назвать постоянное чувство вины и бремя совести, тяготящее

независимо от действительных преступлений. Сохранение тайны – единственная для Федры надежда на спасение: признание, облечение в слово само по себе делает преступление совершённым. В этой связи весьма интересно рассмотреть последние циклы Ахматовой: отрывки из трагедии «Пролог». Эти отрывки пронизаны основными и наиболее существенными для Ахматовой темами, сквозными и автобиографическими в том смысле. «Пролог» как бы суммирует внутреннюю жизнь и биографию Ахматовой.

Пусть же приподнимется завеса
И священный дуб опять горит...
И ты выйдешь из ночного леса,
Зверолов, царевич... Ипполит!
С каждым разом глуше и упорней
Ты в незримую стучался дверь,
Но всего страшней, всего позорней
То, что совершается теперь;
Даже эта полночь не добилась,
Кто возлюбленная, кто поэт,
Не погибла я, но раздвоилась,
А двоим нам в мире места нет. [2, 304]

Данный отрывок суммирует темы преступной любви, позора, гибели, вечного возвращения и повторения, двойничества как воплощения поэта в своих созданиях, и делается это на фоне Федры.

Подводя итог, хочется сказать, что прочтение бессмертного произведения зависит прежде всего от культурного контекста именно нашего времени. Многих поэтов-акмеистов того времени манили античные образы, но даже так у каждого автора своя трактовка. Но тем более велик литературный подвиг античных писателей, которые дали возможность человечеству создавать бесчисленные шедевры, берущие начало из единого источника.

Список литературы

1. Ахматова А. Собрание сочинений: В 6 т. – М.: Эллис Лак, 1999 – Т. 2.
2. Ахматова А. Собрание сочинений: В 6 т. – М.: Эллис Лак, 1999 – Т. 3.
3. Гумилёв Н.С. Собрание сочинений: В 4 т. / Под редакцией проф. Г. П. Струве и Б. А. Филиппова — Вашингтон: Изд. книжного магазина Victor Kamkin, 1962. – Т. 1.
4. Зельченко В.В. «Античность в русской поэзии начала XX века»: обзор и критика исследовательских практик. – М.: Philologia Classica, 2020.
5. Мандельштам О. Избранное. – Смоленск: Русич, 2002.
6. Мельникова Т. И. Античные мотивы в творчестве поэтов Серебряного века на примере поэзии А. А. Ахматовой и О. Э. Мандельштама // Исследования молодых ученых: Материалы X Междунар. науч. конф. – Казань: Молодой ученый, 2020. – С. 76–79.

УДК 070.19
ББК 60.55-42

ОСНОВНЫЕ ФУНКЦИИ ЖУРНАЛА «ЖУРНАЛИСТ» НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ

*С.В. Максименко, Московский университет имени А.С. Грибоедова,
Москва, Россия*

MAIN FUNCTIONS OF THE MAGAZINE "JOURNALIST" AT THE PRESENT STAGE OF DEVELOPMENT

S. V. Maksimenko, Griboyedov Moscow University, Moscow, Russia

Аннотация. Данная статья посвящена анализу одного из старейших профессиональных изданий с целью выяснить его роль в современном мире.

Ключевые слова: Журналист, профессионал, свобода слова, преемственность поколений, медиа.

Abstract. This article is devoted to the analysis of one of the oldest professional publications in Russia in order to find out its role in the modern world.

Key words: Journalist, professional, freedom of speech, continuity of generations, media.

E-mail: Weydes@mail.ru

1 января 1914 года под редакторством профессора Владимира Фриче (русский и советский литературовед) был напечатан первый номер профессионального журнала «Журналист». В примечании «От редакции» сообщалось: «Общество деятелей периодической печати и литературы приступает с 1 января 1914 года к изданию двухнедельного профессионального органа печати под названием «Журналист». В трех первых номерах это сообщение повторялось. Журнал был призван стать специализированным периодическим изданием для повышения компетентности русскоязычных «работников пера», как на родной земле, так и за рубежом.

«...Мы должны помнить, что никакое улучшение материального и социального положения тружеников пера невозможно, пока они не проникнутся сознанием своих профессиональных интересов, сознанием, что силе капитала, все более подчиняющего прессу себе, необходимо противопоставить силу тех, кто своим трудом создает величественное здание периодической печати»...

«...Тяжелое, бесправное положение русских журналистов, невозможные условия, при которых им приходится работать у себя на родине, и, главным образом, отсутствие корпорации, которая, охраняя свои профессиональные и социальные интересы внутри, вместе с тем представляла бы русскую печать извне, – все это чувствительно сказывается и на положении русских журналистов за границей» [1]...

Тянущееся сквозь призму времени борьба за «свободу слова» журналиста, преодолевая исторические, экономические и профессионально-этические проблемы, переносит нас в современный мир, где неизменно своему делу трудится «Журналист» для журналистов. Оставляя прошлое за рамками отечественной истории журналистики, рассмотрим структуру, деловой подход и кондиции старейшего профессионального журнала в Новом времени. С момента, когда «Журналист» нашел свой собственный дом.

«Журналист» – это бренд, с более чем столетней историей, со своими философией и традициями, стремящийся обеспечить преемственность поколений медиапрофессионалов качественно и ответственно.

1 октября 2015 года можно ознаменовать новой главой в жизни журнала учредителем и издателем становится ООО «Медиагруппа «Журналист», генеральным директором и главным редактором – Любовь Владимировна Петрова. Медиагруппа объединяет всех профессионалов журналистского ремесла центральных и региональных СМИ России и стран СНГ. Связывает, задает и поддерживает качественные медиастандарты, продвигает форматы новой и качественной журналистики, развивает каналы коммуникации, формирует и мотивирует качественного потребителя и профессионального медиаработника. Современный «Журналист» – прежде всего, освящение проблем в медиакоммуникации: формирование информационного пространства страны, законотворчество, взаимоотношения прессы и власти, защита прав конкретного журналиста, демократические преобразования в прессе на базе свободы слова. «Журналист» свободен от влияния любого мнения, кроме мнения читателя, и является независимым изданием, публикующим авторские тексты и аналитические материалы внутреннего и внешнего рынка журналистского продукта, сохраняя тем самым приверженность своим традициям и укрепляя свой авторитет.

Основными концепциями «Журналиста» на современном этапе развития являются:

- развитие новых форматов информационно-коммуникативных связей в киберпространстве (видеоматериалы, инфографика, геймификация);
- формирование новых каналов дистрибуции контента на русскоязычную аудиторию (влияние с помощью социальных медиа и мессенджеров);
- просветительская и образовательная деятельность «Журналист. Знания» (вебинары, онлайн и офлайн мероприятия, творческие конкурсы): работа с ложной информацией, противодействие пропаганде и постправде, борьба с социальной провокацией в медиапространстве, практика журналистских расследований, обучение этическим стандартам современной журналистики;

- поощрение пользовательской активности через механизмы лояльности;
- стимулирование и поощрение творческого поиска молодых журналистов («Клуб молодого журналиста», прохождение первичной профессиональной практики) и помощь в формировании нового компетентного поколения.

Общие задачи направлений «Журналиста» – устойчивое развитие качественной журналистики, противостояние пропаганде и заведомо ложной информации, повышение профессионального уровня журналиста.

Для улучшения коммуникации с аудиторией «Журналист» производит специальные события в целях PR-компания, используя следующие каналы влияния:

- организация и проведение всероссийских и международных мероприятий: конференций, форумов (Деловой форум «Качественная пресса и перспективы ее развития»), круглых столов, выставок, фотовыставок, отраслевых тематических конкурсов, «Золотой фонд прессы»;
- распространение цифровой и печатной версии журнала по подписке с периодичностью, с недавнего времени, раз в квартал. Журнал – отраслевое профессиональное издание и центр медиакритики, образовательный хаб для начинающих журналистов и укрепления компетенций журналистов-практиков. Сообщество профессионалов, входящих в Клуб «Журналист», площадка для дискуссий и повышения эрудиции в журналистской сфере. Приоритетные темы: формирование информационно-коммуникативного пространства страны и за ее пределами, журналистское образование, право, взаимоотношение прессы и власти, защита прав конкретного журналиста, демократические преобразования в прессе на базе слова;
- клуб «Журналист» – сообщество профессиональных и начинающих журналистов, работников в сфере общественной коммуникации и медиaprостранства, закрытый форум для работников СМИ, площадка обсуждения профессиональных проблем и их решений. Вступая в клуб, вы

присоединяетесь к сообществу журналистов, которым небезразлична их профессия, будущее и судьба профессиональных изданий. Неформальная обстановка позволяет людям раскрепоститься и объединиться в достижении общих целей и задач.

Помимо всего, член клуба получает доступ на онлайн-форум, где встречаются сотрудники региональных и центральных медиа делятся опытом, помогают друг другу в поисках инвесторов, спикеров и разработке тем, обсуждают насущные вопросы и новости. Участвует в онлайн и офлайн мероприятиях медиагруппы «Журналист», получает бонусы лояльности при появлении новых журналистских продуктов на рынке, эксклюзивные материалы мастодонтов своего дела, юридическую консультацию, возможность вести собственную колонку, отбор лучших материалов за квартал на сайте журнала «Журналист» для дальнейшей публикации в печатном издании;

- «Клуб молодого журналиста». Рубрика, приоткрывающая двери для молодого поколения подрастающих журналистов, чтобы им было легче «войти» в профессию. Этот проект – площадка, где могут публиковаться школьники, студенты и аспиранты. Что нужно для публикации? Войти в формат. Что такое формат? Это тематический круг, который охватывает журнал. То есть? Главная тема всегда — журналистика.

Сейчас «Журналист», не отходя от истинного предназначения, стремится работать на актуальных направлениях: подготовка новых профессиональных кадров (студенты и школьники), преемственность поколений и улучшение коммуникации на рынке информации. На современном этапе развития журнал старается идти «нога в ногу» с тенденциями и ставит перед собой амбициозные задачи в сфере журналистского ремесла, формируя медиапространство страны.

Список литературы

1. *О журнале «Журналист». История. Официальный сайт российского журнала «Журналист» // jrnlst.ru.*

ПОНИМАНИЕ СМИ КАК «ЧЕТВЕРТАЯ ВЛАСТЬ» И ИХ РОЛЬ В ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА СТРАНЫ ВО ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКЕ

В.Д. Малышенкова, Московский университет им.А.С.Грибоедова,

Москва, Россия

UNDERSTANDING THE MEDIA AS THE «FOURTH POWER» AND THEIR ROLE IN SHAPING THE COUNTRY'S IMAGE IN FOREIGN POLICY

V.D. Malyshenkova, Moscow A. S. Griboedov University, Moscow, Russia

Аннотация. Стремительно развивающиеся процессы в современном обществе затрагивают все стороны его жизни, что приводит к осознанию значимости особенностей развития общественного сознания людей, их общения, взаимодействия и взаимоотношений на все стороны деятельности. Но кто и что служит регулятором данного процесса и ориентиром в управлении сознанием общества? Ответ очевиден. В последние несколько столетий СМИ занимают лидирующее место в этом деле. Причем их влияние настолько глобально, что статус «четвертая власть» прочно закрепился за ними и актуален уже не один век. Но почему именно средства массовой информации унаследовали такую репутацию? В своей статье предлагаю ответить на данный вопрос, а также поговорить об их влиянии на формирование образа страны и внешнюю политику в целом.

Ключевые слова: СМИ, четвертая власть, имидж страны, внешняя политика.

Annotation. The rapidly developing processes in modern society affect all aspects of his life, which leads to the realization of the importance of the features of the development of the public consciousness of people, their communication, interaction and relationships on all aspects of activity. But who and what serves as a regulator of this process and a guideline in the management of the consciousness of society? The answer is obvious. In the last few centuries, the media have taken the lead in this matter. Moreover, their influence is so global that the status of the «fourth power» is firmly entrenched in them and has been relevant for more than one century. But why exactly did the media inherit such a reputation? In my article, I propose to answer this question, as well as talk about their influence on creating the image of the country and foreign policy in general.

Keywords: Media, fourth power, country's image, foreign policy.

E-mail: valera.malyshenkova@mail.ru

Понимание СМИ как «четвертой власти» существует не одно столетие. К сожалению, нет точной информации о том, кто точно и при каких обстоятельствах впервые заговорил о СМИ в таком статусе. По некоторым сведениям такая формулировка принадлежит Томасу Карлейль (британский писатель, историк и философ 19-го века), иногда авторство приписывают Жан-Жаку Руссо (франко-швейцарский философ, писатель и мыслитель эпохи Просвещения), а первое печатное упоминание в современном смысле - Томасу Маколею (британский государственный деятель, историк, поэт и прозаик

викторианской эпохи), который охарактеризовал СМИ того времени следующим образом:

«Галерея (специально отведенное в парламенте место для представителей прессы), где сидят репортеры, стала четвертой властью Империи».

Таким образом, средства массовой информации уступали лишь монарху, парламенту и правительству.

Также, в 19 веке, в Европе употреблялось в этом смысле другое выражение – «шестая великая держава», поскольку тогда на континенте, традиционно насчитывали пять великих держав – Англию, Германию, Францию, Австро-Венгрию и Россию. В начале 20-го века, когда на мировой арене важную роль стали играть еще и США, а вскоре и вовсе стали шестой великой державой, СМИ получили репутацию «седьмой великой державы». Таким образом, мы можем отметить ключевую роль средств массовой информации еще с прошлых веков.

В 21 веке влияние СМИ по-прежнему остается тотальным. Современное общество ежедневно сталкивается с различными видами медиа: утренний выпуск новостей (телевизионные), включенное радио автомобиля по дороге на работу и обратно (радиовещательные), свежая газета, взятая на входе в метро (печатные СМИ), и, конечно же, обновленная лента социальных сетей (СМИ в интернет ресурсах). Все вышесказанные примеры средств массовой информации, хотим мы того или нет, влияют на формирование нашего видения на ту или иную ситуацию, а затем регулируют и направляют это мнение в нужную сторону. Свое влияние медиа оказывают практически на все области современной деятельности общества, такие как: образование, искусство, спорт, шоу-бизнес и, особенно, политика, о которой и пойдет речь.

Политика имеет особо важную роль в жизни социума. А СМИ, в свою очередь, имеют особо важную роль в политическом пространстве страны, формируя ее образ, а затем поддерживая его. Стоит пояснить, что же такое образ страны. Существует множество определений данного термина. Одна из наиболее популярных трактовок - субъективное воспринятое «отражение» определенной страны, ее общества, а также власти. Поэтому для государства очень важно

сmodellировать нужный имидж в СМИ, ведь от этого зависит отношение к нему на мировой арене и построение международных отношений.

Стоит отметить, что в основе формирования имиджа страны лежат процессы ее идентификации и индивидуализации. Ведь именно благодаря этим двум понятиям государство и его общество выделяются среди прочих других. Базируются данные термины на неосознанных от группы ожиданиях, а также их нормах и привычках. Что касается осознанного понимания своего «национального я», то оно возникает тогда, когда общество начинает задумываться о своем поведении. Так что же является составляющими элементами образа страны? Обратимся к пониманию и объяснению этого вопроса к Э.Галумову, который выделял следующие основы построения имиджа страны:

1. Условно-статичные – своего рода база имиджа, состоящая из исходного материала о стране: ее геополитическая часть, история и менталитет.

2. Корректируемые, условно-динамичные – также их можно назвать социологическими, характеризующиеся социально-психологическим настроением в обществе, морально-нравственными аспектами развития социума.

То есть, нужно рассматривать имидж, как набор определенных качеств, ассоциируемых с объектом, а также как образ, способный придавать явлению характеристики, возможно, даже ему не свойственные, но при этом радикально изменяя представления о внешнем образе. Таким образом, с помощью вышеперечисленных элементов можно сделать грамотное информационное сопровождение государства, сформированное при помощи СМИ.

Но как взаимодействуют имидж страны и ее роль во внешней политике? Как уже говорилось ранее, образ страны является фактором внешней политики государства. От того, насколько качественный, понятный и реальный получился образ, зависит уровень реализации ее национальных интересов, что является одной из главных целей внешней политики любой страны. СМИ, как никто другой, способны влиять на этот процесс. Ведь именно за медиа стоит освещение, обсуждение и даже критика общественно-политических событий.

Существует даже такое понятие, как «информационная война», которое применяется при конфликте между одной стороной и другой, во время которого

главная задача СМИ – создать и поддерживать положительный образ «своих», и совершенно противоположный образ «чужих». Ведь информационное противоборство является важным элементом политической войны в современном обществе. В таком пространстве главной задачей становится воздействие на сознание людей при помощи нужно подобранной информации и, возможно, манипуляции. Побеждает в данном случае та сторона, которая при помощи СМИ смогла наиболее грамотно и удачно построить положительный имидж и поддерживала его на протяжении всего столкновения. Это еще раз доказывает неоспоримо важное положение и влияние средств массовой информации на внешнюю политику.

Таким образом, именно средства массовой информации способны формировать и регулировать процессы сознания и понимания действительности. СМИ по праву можно считать «четвертой властью» в силу их огромного влияния во всех сферах жизни общества, особо важная из которых – политическая. С помощью построения имиджа страны и его дальнейшего развития медиа способны корректировать международные отношения и направлять их в нужную для государства сторону.

Список литературы

1. *Галумов Э.А. Международный имидж России: стратегии формирования.* – М., 2003.
2. *Маколей Т.Б. Эссе 1828 г.* // http://az.lib.ru/m/makolej_t_b/
3. *Булгаров М.А., Тонян М.Н., Кутовая А.А. К вопросу о сущности понятия «Имидж страны» // World Science: Problems and Innovations: Сборник статей победителей IX Международной научно-практической конференции: В 2 ч. – Ч. 2. – Пенза, 2017. – С. 110–113.*

СПЕЦИФИКА ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ПОЛИТИЧЕСКОГО ДЕЯТЕЛЯ (НА ПРИМЕРЕ У. ЧЕРЧИЛЛЯ)

*Е.Т. Музыкантов, Московский университет имени А.С. Грибоедова,
г. Москва, Россия*

THE SPECIFICS OF THE FORMATION OF THE IMAGE OF A POLITICAL FIGURE (ON THE EXAMPLE OF W. CHURCHILL)

*E.T. Muzykantov, Moscow University named after A.S. Griboyedov,
Moscow, Russia*

Аннотация. В статье дан анализ специфики формирования имиджа политического деятеля на примере премьер-министра Великобритании У. Черчилля. Рассмотрены особенности формирования и структурные составляющие имиджа политика. Показана роль символики в узнаваемости Черчилля: трость, шляпа, галстук-«бабочка», сигара и знак буквы «V» из пальцев, что означало слово «Виктория». Отмечена роль легенды в имидже политика, легенда У. Черчилля - солдат своего народа. В статье раскрыта роль СМИ в формировании имиджа «Спасителя», убеждения в сознании британцев, что У. Черчилль - главный борец за свободу и независимость Великобритании. В итоге сформировался имидж У. Черчилля - образ спасителя человечества и собственного народа. Раскрыта роль государства и властных структур в формировании образа национального героя, каким воспринимался британцами Черчилль в конце политической карьеры. Сделан вывод, что специфика формирования имиджа премьер-министра Великобритании У. Черчилля заключается в планомерной деятельности по своей рекламе самого политика, обладавшего политическим и творческим талантом и целенаправленной работе по созданию благоприятного имиджа государственных структур: королевского дома, консервативной партии, английской аристократии.

Ключевые слова: имидж, политический деятель, шляпа-котелок, премьер-министр У. Черчилль, легенда, символы имиджа.

Abstract. The article analyzes the specifics of the formation of the image of a political figure on the example of British Prime Minister W. Churchill. The features of the formation and structural components of the politician's image are considered. The role of symbolism in Churchill's recognition is shown: a cane, a hat, a bow tie, a cigar and a sign of the letter "V" from the fingers, which meant "Victoria". The role of the legend in the image of a politician is noted, the legend of W. Churchill is a soldier of his people. The article reveals the role of the media in shaping the image of the "Savior", the belief in the minds of the British that W. Churchill is the main fighter for the freedom and independence of Great Britain. As a result, the image of W. Churchill was formed - the image of the savior of mankind and his own people. The role of the state and power structures in shaping the image of a national hero, as the British perceived Churchill at the end of his political career, is revealed. It is concluded that the specifics of the formation of the image of the Prime Minister of Great Britain W. Churchill lies in the systematic activity of advertising the politician himself, who had political and creative talent, and purposeful work to create a favorable image of state structures: the royal house, the Conservative Party, the English aristocracy.

Keywords: Image, politician, bowler hat, Prime Minister W. Churchill, legend, image symbols.

E-mail: muzykantovegor@yandex.ru

Важным условием успешности карьеры политического лидера является доверие и поддержка его идей и начинаний гражданами своей страны. Поэтому такое большое внимание в современное время уделяют формированию имиджа политического лидера.

В новейшем толковом словаре русского языка XXI века понятие термина «имидж» трактуется как «сложившийся в массовом сознании эмоционально окрашенный образ кого - или чего-либо» [10, с.116]. Буквальный перевод слова с английского означает «образ».

Следовательно, имидж политического деятеля – это определённый образ «лидера, который складывается в массовом сознании людей, оказывая влияние на авторитет и рейтинг политика» [4, с. 77].

Процесс формирования имиджа лидера достаточно сложен и многогранен. Важно, чтобы в формируемом образе учитывались субъективные черты характера политика и объективные условия «функционирования лидера» [7, с. 735].

Процесс формирования политического имиджа проходит целенаправленно и осознанно, продумывается стратегия и тактика поведения политика, для более яркого восприятия его публикой. Целая команда профессионалов создаёт целостный образ, в котором отражается увеличенная проекция «Я», позволяющая проявиться лучшим качествам лидера, как личностным, так и деловым [2, с. 18].

При формировании имиджа политического деятеля учитываются все личностные особенности: привычки, речь, внешний вид. Важной составляющей имиджа политика является легенда — слухи, сплетни. Следует согласиться с мнением А.Ю. Панасюка, считавшим, что личностный имидж является базой, а профессиональный выступает как надстройка [4, с. 79].

Процесс и специфику формирования имиджа политического деятеля можно проследить на примере Уинстона Черчилля. Премьеру Британии удалось стать самым знаменитым человеком и влиятельным политиком XX века, которому были оказаны государственные почести наравне с членами

королевской семьи. Хотя У. Черчилль родился в богатой аристократической семье, как говорят англичане «с серебряной ложкой во рту», начало его жизненного пути не предвещало успешной политической карьеры. С детства избалованный няней, молодой Черчилль не мог смириться со школьной дисциплиной, не желал заниматься тем, что ему не нравилось, поэтому к огорчению отца отказался заниматься юриспруденцией. Военная служба в четвёртом гусарском полку и написание репортажей и статей Уинстону нравилось больше, чем он с удовольствием и занимался. Впоследствии свои удачи и неудачи на военной службе и корреспондентской ниве Черчилль положит в основу легенды имиджа политика из рода герцогов Мальборо.

Легенда оказывает достаточно сильное влияние на образ политика, помогает ему уверенней держаться «на плаву» [4, с.79]. Легенду или специально составляют или берут яркий факт из биографии политика. Для У. Черчилля ярким моментом в биографии была служба корреспондентом на англо-бурской войне, когда он попал в плен, сумел сбежать и буквально чудом спастись, вернувшись на родину настоящим героем. Легенда У. Черчилля – солдат своего народа, именно так его воспринимали соотечественники. Данный факт, безусловно, помог двадцатилетнему Черчиллю стать депутатом от консервативной партии в 1900 году.

Следует обратить внимание на тот факт, что Уинстон Черчилль начинал карьеру политического деятеля в конце XIX века, когда специалистов имиджмейкеров практически не было. Черчилль самостоятельно сформировал свою символику: трость, шляпа-котелок, галстук-«бабочка», сигара и знак буквы «V» из пальцев, что означало слово «победа». Справедливо утверждали знавшие его, в том числе и писатель Андре Моруа, что У. Черчилль был хорошим психологом [6, с. 209].

В итоге внешне неказистый политик, излишне полный, невысокого роста с заметными залысинами, Черчилль казался вполне импозантным человеком. Дар нравиться людям, который передался Уинстону Черчиллю от его матери, он сознательно развивал, справедливо решив, что люди должны узнавать его, так

как речи могут забыться, образ же им созданный прочно входил в сознание англичан. Поэтому всё, и трость, и шляпа, и галстук-бабочка использовались ради узнаваемости, являлись средствами имиджа политика. Трость же ещё была знаком признания заслуг У. Черчилля королём Англии, так как была подарена Эдуардом VII на свадьбу в 1908 году и имела золотую надпись: «Моему самому молодому министру» [12, р. 314].

Особым имиджевым знаком Уинстона Черчилля были сигары, с сигарой в зубах, в шляпе-котелке и галстуке-бабочке, он был изображён на портретах, широко разошедшихся не только в Великобритании, но и по всему миру. Любовь к сигарам у Черчилля возникла во время пребывания на Кубе, там же он научился особому способу прикуривания, но заядлым курильщиком не был, хотя его избиратели были уверены, что он выкуривает в день до восьми сигар. Истина же заключалась в том, что У. Черчилль после операции в 1947 году вообще бросил курить. Но когда выходил на публику, сигара присутствовала непременно, сам он объяснял это так: «Публика будет ждать моего фирменного знака, и ее нельзя разочаровать» [1, с. 62].

Ради публики и эффекта производимого на неё, Черчилль был готов произносить речь, сидя на столбе или стоя на крыше автомобиля, он был мастером эпатажа, справедливо считая, что люди должны запомнить не только его слова, но и произведённый им эффект. Ради внимания к своей персоне Уинстон Черчилль сознательно опаздывал на важные мероприятия, тем самым акцентировал на себе внимание собравшихся. Даже на свадьбу будущей королевы Елизаветы II он позволил себе опоздать, а когда появился, был встречен бурными овациями всех собравшихся в Вестминстерском аббатстве.

Следует отметить огромную роль средств массовой информации в процессе формирования имиджа лидера, если политика не печатают и нигде не показывают, то успешным политическим деятелем ему не стать никогда. СМИ справедливо называют четвёртой властью, задачей которой является формирование мнения людей [4, с.80].

О.И. Удникова отмечает, что существуют четыре собирательных образа политических лидеров: «знаменосец», «служитель», «торговец» и «пожарник» [9, с. 84]. Образ У. Черчилля для англичан был «Спаситель», и этот образ сформирован СМИ, особенно в годы Второй мировой войны. Практически все средства массовой информации посвящали премьеру Великобритании свои материалы, как правило, отмечая заслуги У. Черчилля в отстаивании свободы Британии. Выборка информационного материала с 1941 по 1944 годы представлена в табл. 1.

Таблица 1. Формирование имиджа У. Черчилля СМИ 1941-1944гг.

Название СМИ	Дата	Название статьи	Автор	Образ политика
«Times»	13.01.41	Уинстон Черчилль на передовой	Н. Роджерс	положительный
	21.08.41	Великобритания спасает Европу	У. Сандерс	положительный
«Guardian»	12.04.42	Великобритания в огне	И. Мартин	сбалансированный
	30.05.42	Наши союзники	Н. Грант	сбалансированный
«Daily Telegraph»	30.02.43	Позиции Великобритании в современном мире	А. Дэвис	положительный
	07.06.43	Вперед, Уинстон!	О. Джордан	положительный
«Observer»	10.08.43	Успешные переговоры Уинстона Черчилля в США	Е. Джексон	положительный
	19.10.43	Великобритания и СССР провели сегодня сложные переговоры	А. Коллинз	сбалансированный
«Financial Times»	14.07.43	Популистская политика Уинстона Черчилля	В. Уильямс	отрицательный
	23.11.43	Британцы окажутся в числе государств-победителей	Г. Барлоу	положительный
«Daily Mail»	12.05.44	Политический рейтинг Уинстона Черчилля устремился вверх	В. Аддамс	сбалансированный

	17.09.44	Уинстон Черчилль: головокружение от успехов	К. Бэлл	отрицательный
«Daily Mirror»	18.08.44	Уинстон Черчилль популярен во многих странах	Д. Миллз	нейтральный
	24.04.44	Внешнеполитический курс Уинстона Черчилля	Л. Флоренс	сбалансированный

Анализ материала таблицы показывает, как формировался имидж У. Черчилля - образ спасителя человечества и собственного народа. Конечно, как и любого политика у Черчилля были недоброжелатели и враги, но большинство англичан воспринимали премьер-министра именно как спасителя. Благодаря своим личным качествам, главным из которых было стремиться к победе любой ценой, он смог провести очень сложные международные переговоры и принести Британии победу. Именно поэтому из 14 публикаций только две являются отрицательными и одна нейтральной. В целом же приведённый материал свидетельствует о высокой политической популярности У. Черчилля. Именно в годы Второй мировой войны сформировался его благоприятный политический имидж и непоколебимый авторитет.

У. Черчилль трижды становился премьер-министром Великобритании благодаря своей необыкновенной работоспособности и умению сконцентрироваться на достижении цели. После поражения на выборах 1945 года, он год приходил в себя, а затем вновь включился в политическую борьбу. Для понятия специфики формирования имиджа политического деятеля следует рассмотреть особенности формирования в британских СМИ имиджа У. Черчилля в периоды 1940–1945 и 1950–1955 годов.

Таблица 2. Распределение материалов британских СМИ о У. Черчилле по новостным темам

Темы	1940	1941	1942	1943	1944	1945
Внешняя политика	5	4	4	3	2	3

Оборона и военные действия	1	3	2	2	3	1
Скандалы	1	1	2	2	2	5

В годы Второй мировой войны для продвижения имиджа У. Черчилля использовались такие темы, как «внешняя политика», «оборона и военные действия» и «скандалы», причём последняя тема вышла на первый план в 1945 году, когда обострилась борьба за британский парламент.

Таблица 3. Распределение материалов британских СМИ о У. Черчилле по новостным темам

Темы	1950	1951	1952	1953	1954	1955
Внутренняя политика	5	4	4	3	3	4
Внешняя политика	2	3	3	2	3	3
Скандалы	3	4	3	3	4	3

С 1950 по 1955 годы темами, продвигающими имидж У. Черчилля, были следующие:

1. внутренняя политика;
2. скандалы;
3. внешняя политика.

Как видим, такая популярная в военные годы тема внешней политики отошла на третью позицию.

Британские СМИ верно уловили настроение английского общества, желавшего в послевоенный период решить вопросы внутреннего устройства и достижения благополучия, поэтому продвигали фигуру политика в данном информационном пространстве. Что касается скандалов, то они всегда сопровождали великого английского политика, с которым случалось много курьёзных ситуаций, иные он создавал сам. Например, когда Эттли стал

премьером в 1945 году, выиграв у Черчилля, тот своеобразно похвалил нового премьера, охарактеризовав его: «Скромный человек. У него для этого есть основания».

Именно в периоды премьерства У. Черчилля средства массовой информации постоянно упоминали о внешних атрибутах имиджа Черчилля. В газетах появлялись фотографии знакомого англичанам и всему миру образа политика в шляпе, с сигарой, демонстрирующего поднятыми пальцами «Викторию». Благодаря таким фотографиям и материалам публикаций в обществе закреплялся образ политика-победителя, умевшего решить любую ситуацию, удачливого везунчика.

Следует отметить, что СМИ не смогли бы создать такой великолепный политический образ, если бы у самого Уинстона Черчилля не было личностных качеств, таких, как целеустремлённость, честолюбие, работоспособность и самоуверенность. Черчилль искренно считал, что он рождён, чтобы творить историю, его призвание править и сделать Великобританию великой страной. Ради этого политик считал возможным использовать все средства. Например, он легко отказался от консервативных идей и стал либералом, когда понял, что тори теряют популярность, а затем сумел вернуться к консерваторам с абсолютным триумфом. Черчилль в политике был непостоянен и лицемерен и считал это вполне нормальным явлением. Он понимал, что политика опасное занятие, говоря, что умереть на войне можно один раз, а в политике многократно [12, р. 319].

За период политической карьеры У. Черчилль растерял многих друзей и приобрёл врагов, но принимал это как неизбежное. Так же он относился и к поражениям, политическим проигрышам, пережив неудачу, стремился к новым победам, работая над достижением цели.

Работоспособность является ещё одной удивительной особенностью великого английского политика. Общеизвестен тот факт, что работал он по 14-16 часов в сутки и все речи писал сам несмотря на то, что имел большой штат сотрудников. К тому же весь текст выступления Черчилль заучивал наизусть, так

как ещё в начале политической карьеры во время выступления сбился, потеряв мысль и нить рассуждения. В результате, выступления Черчилля всегда были яркими, и он получил славу прекрасного оратора, что имело огромное значение для имиджа политического деятеля. Так, в 1937 году У. Черчилль произнёс речь, имевшую успех благодаря резонансными запоминающимися суждениями. Он сказал следующее: «Порой говорят, что коммунизм и фашизм – это противоположные полюса. Но в чем же разница между жизнью на северном полюсе и жизнью на южном полюсе. На одном мы видим пингвинов, а на другом – белых медведей, однако жизнь ужасна на обоих полюсах. Лично я предпочитаю умеренный климат» [13].

Существенной специфической особенностью формирования имиджа Черчилля был его образ жизни. Он слыл человеком умевшим выпить, любившим хорошо покушать и способным мгновенно уснуть. Так называемый «сонный час» днём помогал политику восстанавливать силы и продолжать энергично трудиться. Между тем, здоровье самого известного человека Англии было слабым, врачи советовали ему больше лежать и меньше работать. С детства Черчилль имел больное сердце, лёгкие, почки, у него постоянно болела рука, вывихнутая в пятнадцатилетнем возрасте во время занятия фехтованием. Но обладая удивительным жизнелюбием и оптимизмом, он умел находить смысл и счастье в жизни, что отражалось на имидже политика. Сам У. Черчилль писал: «Моя жизнь, в общем, очень счастливая и становится все счастливее. Я многому научился в жизни и продолжаю учиться каждый день» [3, с. 281].

Импонировал англичанам и образ безупречного семьянина, каким слыл У. Черчилль. Следует отметить, что этот образ он сам создал и старательно поддерживал, прекрасно понимая, что жена и семья играет в пользу имиджа политика.

Поставив перед собой цель, жениться, У. Черчилль как всегда этой цели добился, хотя это и было не просто. Девушка, которую он выбрал на роль своей жены, была не впечатлена молодым политиком, считая его хвастуном. Клементина Хозье, как дочь генерала армии, была требовательной, образованной

и храброй девушкой, поэтому оценила поступок жениха, который сам тушил пожар дома невесты, облачившись в пожарную каску. Надо отметить, что в это время Уинстон Черчилль занимал пост министра торговли, и тушение пожара стало не только для молодого политика способом получения согласия Клементины выйти за него замуж, но и прибавления к своему имиджу облика героя и храбреца, каким он навсегда остался в глазах своей семьи и народа Великобритании.

Семья всегда была для Черчилля надёжным тылом, четыре дочери, сын Рандолф и жена, с которой Уинстон прожил 57 лет, свидетельствовали о его прочном семейном положении и являлись образцом семейного благополучия для британцев.

Случались в политической карьере У. Черчилля неудачи и жестокие поражения, что для деятельной натуры английского политика было жестоким испытанием. Периоды вынужденного безвластия были вызваны объективными причинами, требованием времени новых лидеров, когда имидж политика Черчилля абсолютно не срабатывал и был чужд требованиям избирателей. Одним из ярких примеров потери Черчиллем власти были выборы 1945 года, когда британский премьер-министр был, казалось, на пике популярности. Но следует помнить, что одной из важнейших составляющих имиджа политического деятеля являются его идеи. Идеи Черчилля претерпевали изменения в связи с меняющейся политической ситуацией. Был период, когда он симпатизировал фашизму, особенно итальянскому и готов был сотрудничать с Гитлером, от неприятия идеологии коммунизма и социализма и открытой нелюбви к Советскому Союзу прошёл на сотрудничество со Сталиным и был активным создателем антифашистского фронта. Миссия спасителя человечества и англичан, которую Черчилль активно исполнял во время Второй мировой войны, после её окончания стала непопулярной, а главное не отвечавшей задачам нового послевоенного времени. Англичане хотели наладить мирную жизнь, повседневный быт и бороться во имя свободы от коммунизма не хотели. Эту мысль высказал в своей статье «Черчилль должен уйти» в декабре 1944 года

Герберт Уэллс. Вот что он писал: «Уинстон Черчилль ныне являющийся будущим английским фюрером, представляет собой личность с набором авантюристических идей, ограниченных возможностями английской политической жизни. Он никогда не обнаруживал широты мышления или способности к научному подходу, равно как и данных в области литературного творчества. Сейчас он, кажется, совсем потерял голову. Когда английский народ был сыт унижениями в связи с неумной политикой находившейся у власти старой консервативной шайки, задиристость Уинстона выдвинула его на первый план. Страна хотела бороться, а он любил драку. Из-за отсутствия лучших оснований он стал символом нашей воли к борьбе. Эта роль уже изжила себя... Черчилль выполнил свою задачу, и давно пришло время для того, чтобы он ушел в отставку и почил на лаврах, пока мы не забыли, чем ему обязаны» [8, с.355].

Данная ситуация свидетельствует о том, что государство нуждается в определённом политическом деятеле и даже если он является чрезвычайно популярным человеком, как У. Черчилль, он не будет у власти. Можно предположить, что У. Черчилль не ожидал такого предательства избирателей, привыкнув к исполнению миссии освободителя и защитника свободы, поэтому не смог вовремя подправить свои идеи, что он делал не однократно. Как мы знаем в последствие, хоть и не оставив идею борьбы с коммунизмом и СССР, носителем этой идеологии, он поставил на первый план своей политической повестки внутриполитические задачи.

Таким образом, подчеркнём, чтобы продержаться на политическом Олимпе следует обладать не только незаурядными личными качествами, но и правильно излагать свои мысли уметь чувствовать настроение людей и формулировать адекватные политические требования.

В 1945 году У. Черчиллю было 71 год, он был на пике славы, поэтому поражение в борьбе за премьерское кресло переживал очень тяжело, отказавшись даже от награды, Ордена Подвязки, которую ему хотел вручить король Георг VI.

Возможно, для другого политика это бы стало концом политической карьеры, но У. Черчилль начинает борьбу за власть, подстраивая свой имидж под новые условия послевоенного времени. В данный период он выстраивает новые отношения с СССР, хотя его взгляды на коммунистическую идеологию и страну её олицетворяющую не изменились. Но Черчилль всегда умел лицемерить, если того требовалось для политической власти. В течение последних четырех лет своей деятельности премьер-министром, с 1951 по 1955 годы, он прилагал много усилий для улучшения отношений с СССР, и попытаться договориться о скорейшем прекращении холодной войны.

Многие историки, биографы и современники Черчилля отмечают его литературные произведения и картины, считая, что данное занятие помогало ему выйти из депрессивного состояния. Действительно У. Черчилль обладал литературным и художественным даром, литературные труды были средством заработка политика, принося ему приличный доход. Но основная цель творчества У. Черчилля – формирование нужного имиджа успешного политика, гордости английского народа. После Второй мировой войны всё: нелепые шляпы, толстые сигары, острые шутки, мемуары и картины было средством формирования им собственного положительного имиджа внутри своей страны и за рубежом.

После первого опыта написания статей и репортажей с мест военных действий У. Черчилль написал большое количество научных трудов, и даже художественное произведение, роман «Саврола», который рассказывает о вымышленной стране Лауралии. Но даже в художественном произведении Черчилль героем-освободителем показывает Великобританию, флот которой спасает жителей Лауралии.

К научно-историческим трудам о британской армии и флоте относятся такие работы, как «Повесть о малакандской полевой армии (1897 г.) Эпизод пограничной войны» и «Речная война» о военных действиях в Судане.

Особо следует сказать о мемуарах Черчилля, книга «История народов, говорящих на английском языке» в четырёх томах и шеститомный труд «Вторая

мировая война» посвящены событиям Второй мировой войны и роли в этих событиях самого Уинстона Черчилля. Роман-автобиография «Моя ранняя жизнь» и биография его предка под названием «Жизнь Мальборо» продолжали формировать имидж великого политика Великобритании. В 1953 году У. Черчилль был удостоен нобелевской премии за вклад в литературу.

Многие современники и позднее библиографы У. Черчилля отмечали его успехи в живописи. Факты свидетельствуют о том, что картины Черчилля были отмечены наградами, а сам автор был удостоен звания Почетного члена Королевской академии художеств. Всего с 1915 по 1962 годы У. Черчилль создал более 500 картин, которые были выставлены не только в Великобритании, но и на персональных выставках в Америке, Австралии, Новой Зеландии. Свой опыт в живописи Черчилль описал в книге «Живопись как приятное времяпрепровождение» [11, р. 16–17].

Творчество помогало У. Черчиллю пережить провалы в политической деятельности и формировать имидж талантливого, эрудированного и непоколебимого политика. «Неистовый Уинстон», как звали его в молодости, оставался таким до конца своих дней. Даже свои похороны он сумел превратить в собственноручно написанное шоу. После отставки в 1955 году Черчилль постепенно отошёл от политических дел, перестал писать, иногда присутствовал на заседаниях парламента, не принимая участия в дебатах. Знаменитую сигару он больше не зажигал, однако носил в кармане окурок, чтобы на фотографиях не изменять своему имиджу. Последним его произведением стала «Похоронная книга», в которой он подробно представил сценарий собственных будущих похорон под кодовым названием «Операция “Надеюсь, что нет”». Похороны У. Черчилля получили статус государственных, такой чести были удостоены только десять человек, не принадлежавших королевской семье, среди них, Нельсон, Гладстон, великий Ньютон. Сама королева Елизавета контролировала процесс подготовки погребения выдающегося политика. На церемонию прощания с Уинстоном Черчиллем были приглашены представители 112 государств. Прямую трансляцию похорон политика смотрели 350 миллионов

человек, включая 25 миллионов британцев. В том же году в Вестминстерском аббатстве был возведен памятник У. Черчиллю. [5, с. 729–730].

Совершенно очевидно, что в Великобритании понимали важность формирования положительного имиджа политического деятеля Уинстона Черчилля и сознательно шли на это, таким путём укрепляя положение и роль Великобритании на мировом пространстве.

С этой же целью повышался имидж премьер-министра через регулярное освещение его заслуг перед Великобританией и другими странами мира посредством информирования общественности о большом количестве у него государственных наград.

Надо отдать должное, что У. Черчилль имел очень большое количество заслуженных наград, стоит привести некоторые из них:

1898 год - Индийская медаль с планкой «Punjab Frontier 1897-1898»;

1899 год - Королевская Суданская медаль 1896-1898;

1919 год - Британская Военная медаль 1914-1918;

1920 год - Медаль Победы;

1922 год - Орден Кавалеров Почета;

1935 год - Серебряная юбилейная медаль короля Георга V;

1937 год - Коронационная медаль короля Георга;

1946 год - Медаль Оборона 1939—1945, Орден Заслуг, Военная медаль 1939-1945;

1953 год - Коронационная медаль королевы Елизаветы II;

1954 год - Рыцарь ордена Подвязки.

К тому же У. Черчилль имел награды других государств, например, французскую Воинскую медаль, датскую Медаль Свободы. Уже после смерти был удостоен Золотой медали Конгресса США в 1969 году, Большого креста ордена Белого льва Чехии в 2014 и других наград.

Действительно Уинстон Черчилль был самым выдающимся политиком XX века, о нём написано огромное количество книг, статей, его имя известно во всём мировом пространстве. Такая известность была достигнута благодаря как

результативной деятельности политика, так и сознательно формируемому имиджу британского премьера.

Специфика формирования имиджа политического деятеля У. Черчилля состоит в том, что эту задачу успешно решал сам политик, всю жизнь, рекламируя себя через книги, картины, шутки и яркие символы.

С другой стороны формированием и поддержанием положительного имиджа занимались властные аристократические круги, выходцем которых он был.

Консерваторы, лидером которых был в самые популярные годы У.Черчилль, возвеличивали премьер-министра, так как это был их шанс удержать власть в своих руках, а после Второй мировой войны за авторитетом Черчилля консерваторы прятали свои политические провалы и просчёты.

Формирование имиджа политика У. Черчилля поддерживалось на государственном уровне, так как отвечало интересам Великобритании, укрепляя её международное положение. Поэтому Уинстон Черчилль прижизненно получил статус национального достояния и национального героя.

Однако надо отдать должное личным качествам британского премьера, его таланту, работоспособности и умению добиваться победы. Совершенно справедливо И.В. Сталин назвал Черчилля «человеком, который рождается один раз в сто лет». Генерал де Голль в телеграмме соболезнования написал: «В минуты великих испытаний он был самым великим из нас» [8, с. 73].

Без Уинстона Черчилля трудно представить мировую историю XX века, он был одним из самых ярких политиков этого времени.

Список литературы

- 1. Бейли Б. Черчилль без лжи. За что его ненавидят. – М.: ЛитРес, 2013. – 286 с.*
- 2. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. – М.: Медиум, 2005. – 323 с.*
- 3. Гилберт М. Черчилль: Биография / Пер. с англ. С. Бавина, В. Левина. – М.: КоЛибри, Азбука-Аттикус, 2018. – 468 с.*

4. Иванова А.А., Семеренко А.С. Специфика формирования политического имиджа // *Электронный вестник Ростовского социально-экономического института*. – 2016. – № 2. – С. 75–81.

5. Ларсон Э. *Страх и надежда: Как Черчилль спас Британию от катастрофы* / Перевод А. Капанадзе. – М.: Альпина Паблишер, 2021. – 856 с.

6. Медведев Д. Л. Черчилль. Секреты лидерства. Слагаемые успеха самого известного премьера в мировой истории. – М.: РИПОЛ классик, 2012. – 473 с.

7. Морякина А. Р. Имидж успешного политического лидера (на примере конкретного социологического исследования) // *Молодой ученый*. – 2015. – № 13 (93). – С. 734–740.

8. Трухановский В.Г. Уинстон Черчилль. – 3-е изд. – М.: Международные отношения, 1982. – 464 с.

9. Удникова О.И. Формирование имиджа политического лидера и властных структур // *Вестник государственного и муниципального управления*. – 2011. – № 1. – С. 82–85.

10. Шагалова Е.Н. Самый новейший толковый словарь русского языка XXI века: ок. 1500 слов / Е.Н. Шагалова. – М.: АСТ; Астрель, 2011. – 413 с.

11. Ramsden, J. *Man of the Century: Winston Churchill and His Legend Since 1945*. Columbia University Press, 2002. – 410 p.

12. Woodward B. *The Choice. How Churchill Won*. New York, 1996. – 527 p.

13. Gilbert M. *The origins of the 'Iron Curtain' speech* // Sir Martin Gilbert Official site, February 29, 2016. URL: <https://www.martingilbert.com/blog/the-origins-of-the-iron-curtain-speech/>

**ПРИМЕНЕНИЕ КОГНИТИВНЫХ МЕТАФОР В СМИ И МЕДИА В
КОНТЕКСТЕ БЕЛОРУССКОГО КОНФЛИКТА 2020 ГОДА**

*П. В. Мясоедова, Московский университет имени А. С. Грибоедова,
г. Москва, Россия*

**APPLICATION OF COGNITIVE METAPHORS IN THE MEDIA IN THE
CONTEXT OF THE BELARUSIAN CONFLICT OF 2020**

P. V. Myasoedova, Moscow A. S. Griboedov University, Moscow, Russia

Аннотация: Статья посвящена изучению концептуальных метафор в средствах массовой информации в контексте белорусского конфликта 2020 года, который возник во время президентских выборов в республике. В рамках исследования проанализирован контент в СМИ на предмет когнитивных метафор в период обострения протестов в таких интернет-СМИ и медиа: Telegram-канала «NEXTA Live» (признан в Белоруссии террористической организацией), интернет-издание «Медуза» (признано в РФ иноагентом), информационные агентства «БелТа» и «РИА Новости». Белорусские протесты, связанные с выборами президента республики летом 2020 года, стали одной из центральных тем как в российских, так и в белорусских средствах массовой информации. Эти события представляют большой интерес для журналиста и специалистов смежных областей с целью профессиональных изучений, что и объясняет актуальность исследования. Выбор представленных СМИ для эмпирической базы обусловлен тем, что в них регулярно освещались события белорусских протестов 2020 года. Кроме того, рассмотрение различных медиа с альтернативными политическими взглядами позволяет увидеть наиболее полную картину использования концептуальных метафор, проследить их динамику и провести исследование беспристрастно и научно обоснованно.

Ключевые слова: когнитивная метафора, концептуальная метафора, когнитивная лингвистика, белорусский конфликт, средства массовой информации, СМИ, медиа, манипуляции в медиа.

Resume: The article is devoted to the president of the conceptual metaphor in the mass media of wide information in the Belarusian conflict of 2020, which arose during the elections in the republic. As part of the study, the content in the media was analyzed for cognitive metaphors during the period of escalation of protests in such online media and media: the Telegram channel "NEXTA Live" (recognized in Belarus as an "prozooy protest"), the online publication "Meduza" (recognized in the Russian Federation foreign agent), information agency "BelTa" and "RIA News". Belarusian protests related to the presidential elections in the summer of 2020 have become central topics both in Russia and in the Belarusian media. These events are of great interest to journalists and specialists in related fields for the purpose of professional studies, which explains the relevance of the study. The choice of the media presented for the empirical base is due to the fact that they regularly covered the events of the Belarusian protests of 2020. In addition, the consideration of various media with alternative political views allows you to see the most complete picture of the use of conceptual metaphors, trace their dynamics and conduct research in an impartial and scientifically sound manner.

Key words: cognitive metaphor, conceptual metaphor, cognitive linguistics, Belarusian conflict, mass media, media, media manipulation.

E-mail: pollivit@mail.ru

Помимо информирования и создания новостной повестки, СМИ преследуют и другие цели. Медиа конструируют образы событий, явлений и ключевых личностей общественно-политической арены; формируют жизненные позиции и ценности аудитории. В значительной степени реализовать эти цели помогают когнитивные метафоры.

Предпосылки к белорусскому конфликту начались ещё в июне 2020 года в период регистрации потенциальных кандидатов на пост президента. Ситуация достигла своего пика 9 августа с началом протестных акций со стороны оппозиции, которая была не согласна с результатами голосования. Средства массовой информации сыграли большую роль в формировании отношения и точки зрения аудитории к произошедшим событиям, а также создали конкретные образы участников этих событий. Достигалось это с помощью языкового манипулирования, в том числе когнитивных метафор.

Когнитивная или иначе – концептуальная метафора – осознание индивидом одной сущности через другую, проявляющаяся в языковой форме и отражающая когнитивные характеристики как конкретного человека, так и целого культурного общества. Принципиальной особенностью когнитивной метафоры является то, что это не троп и не художественный приём, как мы привыкли понимать. Когнитивная метафора – это способ концептуализации действительности, некая мыслительная структура, которая упорядочивает человеческий опыт и выражается в речи.

По мнению ученых Дж. Лакоффа и М. Джонсона, мы используем концептуальные метафоры в нашей повседневной жизни, но не всегда способны это отрефлексировать, поскольку применяем их «автоматически». Учёные позиционируют концептуальную метафору как закреплённую в языковой и культурной традиции конкретного общества определённые ассоциации между областями «источника» и «цели». Например, когнитивная метафора «СПОР –

ЭТО ВОЙНА». Структура «цели» (спор) адаптирована под структуру «источника» (война), что образовало метафорическую проекцию.

Главная функция концептуальной метафоры – объяснить абстрактное понятие через более простое и конкретное. Кроме того, концептуальная метафора «высвечивает» один концепт понятия и «затемняет» другой.

С точки зрения Э. Маккормака, существует «базисная метафора», которая является основой для рождения других метафор. Например, «МОЗГ – ЭТО МАШИНА». Другой тип метафор, выдвигаемый учёным – это передающая, которая является продолжением базисной метафоры. Примеры: *«голова не работает»*, *«мозг отключился»*.

Посредством когнитивных метафор можно менять ассоциативное поле (лингвосемантическое пространство), что успешно применяется как средство манипуляции в СМИ. Когнитивные метафоры создают дополнительное эмоциональное нагнетание, заменяют одну ассоциацию на другую, а значит, помогают управлять сознанием аудитории.

Мысль о взаимосвязи концептуальных метафор и языкового манипулирования доказывает в своей статье Дж. Лакофф – *«Метафора и война: система метафор, используемая для оправдания войны в Персидском заливе»*. Учёный применил теорию когнитивных метафор в политике и проанализировал американские СМИ по вопросу кризиса на Персидском заливе 1990-1991 годов. Дж. Лакофф выделил такие концепты: «ГОСУДАРСТВО КАК ЧЕЛОВЕК», «ВОЙНА КАК БИЗНЕС», «ВОЙНА КАК ЛЕКАРСТВО», «ВОЙНА КАК СПОРТИВНАЯ ИГРА», «ВОЙНА КАК АЗАРТНАЯ ИГРА», «СКАЗКА О СПРАВЕДЛИВОЙ ВОЙНЕ», «ВОЙНА КАК ЖЕСТОКОЕ ПРЕСТУПЛЕНИЕ».

При изучении платформы Telegram-канала «NEXTA Live» (признан экстремистской организацией в Белоруссии) прослеживаются такие концептуальные метафоры:

«ПРАВИТЕЛЬ/ВЛАСТЬ КАК ЖЕСТОКИЙ УЗУРПАТОР». В рамках метафоры А. Лукашенко и его политические сторонники представляются народными «карателями», подавляющие свободу и волю белорусского народа. Используются фразы и слова: *«жесткое задержание», «мы выступаем против диктатуры», «тирания», «преследования негодных режиму», «репрессии».*

Когнитивная метафора **«МИРНЫЙ НАРОД»**, создающая образ миролюбивых и беззащитных граждан республики, которые защищают свои права. (*«мирные протесты», «каратели против мирных людей», «мирные демонстранты», «мирные демонстрации».*)

Посредством когнитивной метафоры **«МУЖЕСТВЕННЫЙ НАРОД»** участники акции представляются воинами, которые дают отпор врагу и освобождают жертв. Встречается лексика Великой Отечественной войны и девизы Великой французской революции: *«На Бангалоре атмосфера свободы, равенства и братства» «сегодня поистине исторический день», «белорусский народ восстал», «партизанские надписи», «освобождение страны».*

Концептуальная метафора, основанная на сатирических приёмах – **«ПРАВИТЕЛЬ/ВЛАСТЬ КАК ПОСМЕШИЩЕ».** А. Лукашенко и представители власти республики интерпретируются как объект для насмешек. (*«трёхпроцентный»* – высмеивание результатов голосования, *«трёхпроцентный диктатор», «таракан», «тараканыч», «ангелы таракана»* - милиция и силовые структуры).

«СУМАСШЕДШИЙ ПРАВИТЕЛЬ/СУМАШЕДШАЯ ВЛАСТЬ», создающая образ «неадекватной» белорусской власти и психически больного президента. (*«шизо-автобусы», «маразм белорусских властей», «у кого-то наверху реально начали сдавать нервы».*)

«ВЛАСТЬ КАК БАНДИТИЗМ». Когнитивная метафора интерпретирует представителей власти в криминальных терминах и изображает их

преступниками. («государственные бандиты», «бандиты в чёрном», «озверевшие бандиты», «государственные лошки» (тюремная лексика).

В интернет-издании «БелТа» выявлены следующие ключевые когнитивные метафоры:

Метафора **«ПРОТЕСТЫ КАК МАССОВЫЕ БЕСПОРЯДКИ»** раскрывает акции протеста с точки зрения массовых беспорядков, вооруженного мятежа и «цветной революции». **«НАРОД КАК ОБЪЕКТ МАНИПУЛИРОВАНИЯ»** – граждане трактуются как жертвы манипуляции со стороны внешних конкурентных политических сил. Через концептуальную метафору **«ПРАВИТЕЛЬ/ВЛАСТЬ КАК ЗАЩИТНИК НАРОДА»** А. Лукашенко представляется героем-защитником, охраняющим людей от провокаций оппозиции. **«ПРАВИТЕЛЬ КАК ОТЕЦ»** трактует А. Лукашенко как родителя своего народа. Также использовалась метафора **«МИРНЫЙ ДИАЛОГ ПРОТИВ НАСИЛИЯ»**, призывающая граждан отказаться от массовых мероприятий.

Онлайн-ресурс «Медуза» (признан в РФ иноагентом), апеллировал к таким когнитивным метафорам:

«НЕСОСТОЯТЕЛЬНОСТЬ ВЛАСТИ» отражает мнение о том, что действующая власть Белоруссии потеряла свой авторитет и абсолютно дискредитирована в глазах граждан. Другая концептуальная метафора **«ЖЕСТОКОСТЬ СИЛОВЫХ СТРУКТУР»** акцентирует внимание аудитории на жестокости и насильственных действиях силовых структур по отношению к протестующим. Также встречаются метафоры **«ПРАВИТЕЛЬ КАК ПОСМЕШИЩЕ»** и **«МИРНЫЙ НАРОД»**, имеющие похожие черты, что и метафоры «NEXTA Live».

В «РИА Новости» выявлены концептуальные метафоры (аналогичные метафорам сетевого издания «БелТа»):

«ПРОТЕСТЫ КАК МАССОВЫЕ БЕСПОРЯДКИ». Через данную метафору акции трактуются как уличные беспорядки, а её участники рассматриваются с точки зрения нарушителей закона и агрессоров. Когнитивная метафора **«ПРАВИТЕЛЬ КАК ОТЕЦ»** отсылает читателя к образу А. Лукашенко в качестве отца народа.

Анализ концептуальных метафор в дискурсе белорусского конфликта 2020 года, позволил подтвердить, что современные СМИ являются не только каналом коммуникации и информирования аудитории, но и средством формирования общественно-политической жизни.

В результате изучения мы выяснили, что «NEXTA Live» и «Медуза» транслировали некоторые общие когнитивные метафоры, например: **«МИРНЫЙ НАРОД»**, **«ПРАВИТЕЛЬ/ВЛАСТЬ КАК ПОСМЕШИЩЕ»**. А также перекликающиеся между собой: **«ЖЕСТОКОСТЬ СИЛОВЫХ СТРУКТУР»** и **«ПРАВИТЕЛЬ/ВЛАСТЬ КАК ЖЕСТОКИЙ УЗУРПАТОР»**.

Кроме того, аналогичная ситуация прослеживается в информационных агентствах «БелТа» и «РИА Новости». На базе этих медиа публиковались материалы с такими общими концептуальными метафорами: **«ПРОТЕСТЫ КАК МАССОВЫЕ БЕСПОРЯДКИ»** и **«ПРАВИТЕЛЬ КАК ОТЕЦ»**.

Представленные когнитивные метафоры «затемняли» одни стороны белорусских протестов 2020 года и «высвечивали» другие. Представленные СМИ транслировали преследуемые идеологические цели (дискредитация оппонента, формирование его негативного образа в сознании читателей и укрепление собственной позиции), которые достигались с помощью определённых когнитивных метафор. Каждое медиа успешно меняло ассоциативное поле в зависимости от цели, используя для этого так же когнитивные метафоры.

Список литературы

1. *Адамьянц Т.З. К диалогической коммуникации: от воздействия к взаимодействию.* – М.: Институт социологии РАН, 1999. – 136 с.
2. *Апресян Ю.Д. Избранные труды. Т. 1. Лексическая семантика.* – М.: Языки русской культуры, 1995. – 472 с.
3. *Аронсон Э., Пратканис Э. Эпоха пропаганды. Механизмы убеждения.* – СПб.-М.: «Нева» – «Олма-пресс», 2002. – 384 с.
4. *Ахманова О. С. О психолингвистике.* – М., 1957. – 64 с.
5. *Белянин В. Основы психолингвистики.* – М.: Черо, 1999. – 123 с.
6. *Булыгина Т. В., Шмелев А. Д. Языковая концептуализация мира (на материале русской грамматики).* – М.: Языки славянской культуры, 1997. – 576 с.
7. *Войтасик Л. Психология политической пропаганды.* – М.: Прогресс, 1981. – 278 с.
8. *Володина М.Н. Когнитивно-информационная природа термина и терминологическая номинация: Дисс. канд. филолог, наук – М., 1998. – 345 с.*
9. *Данилова А.А. Манипулирование словом в средствах массовой информации.* – 2-е изд. – М.: Добросвет, Издательство «КДУ», 2011. – 232 с.
10. *Дейк Т.А. Язык, познание, коммуникация.* – М.: Ленанд, 2012. – 320 с.
11. *Дзялошинский И.М. Манипулятивные технологии в СМИ.* – М.: Изво гум. инст., 2006. – 48 с.
12. *Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем: Пер. с англ. / Под ред. и с предисл. А. Н. Баранова.* – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 256 с.
13. *Масленникова А. А. Лингвистическая интерпретация скрытых смыслов.* – СПб.: Издательство Санкт-Петербургского университета, 1999. – 260 с.

14. *Мартинovich Г. А. Вербальные ассоциации в ассоциативном эксперименте. – СПб.: 1997. – 72 с.*

15. *Lakoff G. «Metaphor and War: The Metaphor System Used to Justify War in the Gulf» [Электронный ресурс]. URL: https://www.ugr.es/~jsantana/likes/metaphor_and_war_again.htm*

УДК 82.09

ББК 83

ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ ОМОНИМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ В КАЛАМБУРНОМ КОНТЕКСТУАЛЬНОМ ЗНАЧЕНИИ АНГЛИЙСКОГО ТЕКСТА

Н. Очередный, Российский университет дружбы народов, г.Москва

THE FUNCTIONALITY OF HOMONYMOUS PROCESSES IN PUNNING MEANING IN THE CONTEXT OF THE ENGLISH TEXT

N. Ocherednyy, Peoples' Friendship University of Russia, Moscow

Аннотация. Данная статья посвящена анализу функциональности омонимических процессов в английском тексте. Проявление английских каламбурных текстов через призму языковой игры, умышленно внедряя омонимические-стилистические приемы, влекущие за собой неоднозначные понятия.

В статье рассматривается лингвистическая природа английского каламбурного текста, ее специфические проявления, влияние омонимов на контекст, а также градация оттеночного плана омонимических конструкций в смысловом значении текста.

Ключевые слова: омонимические процессы, языковая игра, лингвистическая природа каламбура.

Abstract. This article is devoted to the analysis of the functionality of homonymous processes in the English text. The manifestation of English punning texts through the prism of a language game, deliberately introducing homonymous stylistic devices that entail ambiguous concepts.

The article deals with the linguistic nature of the English punning text, its specific manifestations, the influence of homonyms on the context, as well as the gradation of the shading plan of homonymous constructions in the semantic meaning of the text.

Key words: homonymous processes, language game, linguistic nature of a pun.

E-mail: Natti.O.07@yandex.ru

Исследование каламбурных проявлений в лингвистической системе языка является актуальным вопросом в изучении языковых структур и средств культурных самовыражений в языковой среде. Этот языковой феномен привлекал внимание исследователей с середины 20-го столетия. Несмотря на присутствия различных научных трудов в языкознании, омонимическое явление все еще толкуется как некое специфическое проявление языкового строя параллельно связанным контекстуальным смысловым значением языковых словоформ. Наличие этого момента в лингвистическом аспекте языковой системе, усиливает необходимость подробного рассмотрения и изучения лексико-семантических принципов, способствующих научному обоснованию при выявлении и употреблении этого языкового приема в обиходе речевой деятельности.

Каламбур с французского языка «calembour» представляет собой особое выразительное средство, заключенная в языковых оболочках словоформ вместе взятое с семантической частью слов [1, с. 107].

Это изобразительное языковое средство, является хорошим инструментом в воспроизведении речевых словоформ для оценки событий. Каламбур, наделенный сильнейшим воздействием речевых оценочных суждений или заключений, выступает лингвистическим инструментарием в создании образов персонажей и воплощения различных идейно-эстетических вложенными авторскими замыслами.

Сегодня, замечается усиленный интерес со стороны ученых-филологов, публицистов, писателей-юмористов к различным аспектам языковой игры, которая способна создать юмористическую атмосферу в контексте сказанного. В частности, особо-примечательно выделяются языковые средства в создании каламбура и его специфического самовыражения.

Языковая система, определенного взятого языка, представляет собой богатый лингвистический арсенал комических элементов, которые выражаются языковыми единицами, способны создать остроту речевого акта, а также

раскрывают изобразительно-выразительные средства в контексте текста, придавая остроумие, занимательность и оригинальность тексту.

Благодаря многозначности слов, каламбур как остроумное высказывание, внедряется в контексте текста через одну словоформу неся в себе двойные смысловые значения. Английский язык славится среди языках мира, тем что почти каждое слово несет в себе двойные, а иногда и более десяти смысловых значений. Таким образом, английский язык является благоприятной почвой для создания каламбурных процессов в системе английского языка. Именно, это отличительная особенность английского языка, позволяет жонглировать огромным количеством экспрессивных возможностей, выразительно-образительными средствами. Следовательно, английский вокабулярный состав языка чрезвычайно богат эмоциональными комическими средствами. Также, английский язык характеризуется удивительной подвижностью, динамичностью, немислимо-большим количеством стилистических оборотов, которые позволяют применять разнообразные приемы в словесном выражении, добавляя лингвистическую остроту в языковом строе лексического смыслового понятия, к которым относится и каламбур.

Английский каламбур - является неотъемлемой частью юмористического акта английских высказываний: будь то шутки или анекдоты, или же комические-сатирические произведения, в которых выделяются каламбурные процессы, несущие в себе полный спектр выразительных окрасок стилистических лингвистических приемов. Частотные каламбуры занимают особое место среди каламбурных процессов, основанные на омонимии и омонимических явлений, так как именно это группа является самой большой и распространенной среди приемов каламбура. Построение каламбурных текстов, тесно связан с столкновением двух омонимических языковых единиц, где один омоним выражен с помощью орфографической части слово, второй же компонент словосочетания растворяется в контексте текста, то есть сказанного. Контекстуальная значимость такого рода иллюзорного омонимического присутствия определяется окружением вспомогательных морфологических

единиц: «*Leisure activities were spent in the family in different ways: he pressed out the bar-bell, she- the clothes*». «Досуг в семье проводили по-разному: муж выжимал штангу, жена – белье». (5, p. 15). Употребление английского глагола «pressed out» в двух разных значениях способствовало контекстуальной отсечке второго омонима. В другом случае, омонимическое столкновение слов отвергается в пользу совмещения двух смысловых значений в одной словоформе. Таким образом, с помощью двоякого осмысления сказанного производит соответствующий ожидаемый эффект на адресата речи. В романе «Серебряная ложка» писателя Голсуорси находится такой пример:

“- *Mr. Michael Mont, M.P.?*

- *Yes.*

- *Mrs. Michael Mont at home?*

- *I think so. What do you want?*

- *I must see her personally, please.*

- *Who are you from?*

- *Messrs. Sottlenhite and Stark; a suit.*

- *Dressmakers?*

The young man smiled.

- *Come in, said Michael. I'll see if she's at home.*

Fleur was in the parlour.

A young man from some dressmakers' for you, dear.

- *Mrs. Michael Mont? In the suit of Ferrar against Mont - libel. Goodbye, madam.*” [4, p. 342-343].

Также отмечаются каламбуры омонимического строя, сосчитавшие в себе смежные с омонимией явления, такие как: омофоны, омографы, омоформы. Омофоны являются часто использованные в каламбурах. На пример: «- You see, this hat costs only twenty dollars. *Good buy!* – *Yes, good-bye, twenty dollars.* Здесь противопоставляются значение слова «*good buy*» (удачная покупка) и «*good-bye*» (до свидания) совпадающая по фонетическому строю, но различные по

семантике. Ситуативная комичность достигается привлечением омонимов в каламбурном процессе.

Разновидность каламбурных процессов позволяет отличать существующий паронимический тип каламбура. Данный вид каламбура основан на употреблении паронимических языковых единиц, схожие по словоформе, но различные по смысловому значению, а также на использовании словоформы смежного фонетического строя. Отличительное фонетическое звучание двух словоформ разнятся незначительно, поэтому замысел автора легко можно понять и разграничить вложенные смысловые значения автором. К примеру: «*As the judge said to the dentist, "Do you promise to pull the tooth, the whole tooth, and nothing but the tooth, so help you?"*».

Благодаря наличию английских идиоматических словосочетаний как: «*...to tell the truth, the whole truth and nothing but the truth...*»

предоставляет автору возможность расширять семантические границы лексического значения, для создания юмористического эффекта, заменяя слова *truth* на *tooth*, комизм ситуации проявляется во всех своих аспектах. Также наблюдается и паронимические процессы: «*-How do you count cows? – With a cowculator!*». В данном примере, фонетические особенности слова «*calculator*» высмеиваются по отношению к слову «*count*». В современном обществе, каламбурические внедрения в повседневной речи употребляется довольно часто. Актуальность каламбура возросла не только в литературных произведениях, но и в остросюжетной интеллектуальности шутки, анекдота и других развлекательных подобных рассказов.

В частности, для английского языка, в особенности для англоговорящих людей, каламбур является лингвистическим языковым явлением, способным разредить обстановку атмосферы речи, в том или ином ракурсе событий. Иногда комический эффект меняется на саркастический контекст сказанного, но всегда остается стабильная черта каламбурного отличия от других видов текстов: эффект непредсказуемости и неожиданности. Английский юмор по сравнению с другими культурами кажется «плоским» и лишенный оттенков резкости. Это

суждение может быть опровергнуто путем исследовательской работы жанра комичности. Поскольку основывается на первичное впечатление иноглаговорящего. Для полной оценки данного лингвистического явления в системе языка, требуются определенные знания языкового строя, поскольку английский юмор является тонким прочтением смыслового значения омонимических языковых средств. Именно, эти языковые механизмы, тесно связаны с психологией и культурой английского народа. Следственно, изучение воспроизводство каламбурных шуток, способствует к лучшему пониманию других народов, а также, и к укреплению связей на международном уровне.

Писатели-драматурги часто прибегают к каламбуру омонимического типа для создания масштабного эффекта в пьесе в целом или в определенной ситуации. Такого примера встречаем в название рассказа О'Генри «*A midsummer knight's dream*». Таким образом происходит возможно намеренная отсылка к Шекспиру «*A midsummer night's dream*». Подобного примера каламбура встречается и в повести Диккенса «Одержимый, или Сделка с призраком». Здесь описывается накал состояния мальчика, продающего газету в стужу. Утренние выкрики «*Paper*» (газета), сменившись на «*Pepper*» (перец), в итоге дня звучали как «*Piper*» (дудочник). Меняя гласные словоформ, автор создает каламбур текста. С помощью омонимического каламбура, Диккенс позволяет читателю вникнуть и понять состояния героя-мальчика, а именно эмоциональные эффекты каламбура становятся глубокие и близки читателю. Пример каламбура выражается посредством слов омофонах, в пьесе Томаса Стоппарда «Розенкранц и Гильденстерн мертвы»:

«ROSENCRANTZ: Oh yes, it's dark for day.

GUILDENSTERN: We must have gone north, of course.

ROSENCRANTZ: Off course?

GUILDENSTERN: Land of the midnight sun, that is.

ROSENCRANTZ: Of course....I think it's getting light».

«Розенкранц: Ага, для дня темновато.

Гильденстерн: Должно быть, дело в курсе. Они держат на север.

Розенкранц: Не в курсе.

Гильденстерн: Полярная ночь. Когда солнце за полночь.

Розенкранц: А-а... Кажется, светлеет»[9, p.16].

Здесь в качестве омофонимического каламбура выступают слова «of course» и «off course», несмотря на наличия фонетического различия, автор всё же избирает этот вид каламбура для создания путаницы лексического смысла.

Необходимо отметить важность присутствия каламбура в английских текстах, поскольку доминирующая информативность содержания контекста текста может быть передана в отсутствия каламбура, в том случае когда каламбур является непередаваемым.

Английский автор О'Генри также является большим поклонником каламбура. Практически в каждом произведении встречаются уйма каламбурных фраз. Актуальность таких рода произведений является главным стимулом читателя. Подобного примера рассматривается в рассказе "The Gift of the Magi" («Дары волхвов») где выделяется эффект комичности наравне с грустной тематикой текста: «*Which instigates the moral reflection that life is made up of sobs, sniffles, and smiles, with sniffles predominating*» [O'Henry] (Откуда напрашивается философский вывод, что жизнь состоит из слез, вздохов и улыбок, причем вздохи преобладают) [6, p. 59].

Передача информативной части данного примера ознаменуется существительными частями речи, хотя слова этой категории передают противоположную сторону юмора, а именно ситуационный трагизм житья. Слова «*sobs*» (слезы) и «*sniffles*» (вздохи) в совокупности сложения единого контекста текста, преднамеренно оттеняют слово «*smiles*».

Английские каламбурные тексты являются хорошим материалом, где все виды каламбурных проявлений могут расположиться среди строк писателя. Рассмотрев внимательно проявления каламбурных действий подмечается определенная стилистическая разрядка, которая усиливает контекстуальную часть случая. Такого типа стилистической разрядки, авторы делают свои комментарии касательно ситуационной ясности. В свою очередь, О'Генри

повествует о чувствах проживающей жизни в изобилии молодого человека: «*Symons, I'm going to Coney Island. ' He said it as one might say: 'All's off; I'm going to jump into the river*» [О'Henry] (“Brickdust Row”). «Саймонс, я отправляюсь на Кони-Айленд. – Это прозвучало так, словно он сообщил: «Все кончено. Пойду брошусь в реку» [7, р. 77] («Квартал «Кирпичная пыль»»).

Название острова «*Coney Island*» получает эмоциональную информативную разрядку путем пояснения автора что «*Coney Island*» является местом развлечения для людей. Переводческая версия сказанного автором теряет всю окраску из-за стилистической разрядки.

О'Генри благодаря изобилию каламбурных видов достаточно часто пользуется лексическим значением слова:

«*The Stovepipe Gang borrowed its name from a subdistrict of the city called the “Stovepipe”, which is a narrow and natural extension of the familiar district known as “Hell’s Kitchen”. The “Stovepipe” strip of town runs along Eleventh and Twelfth avenues on the river, and bends a hard and sooty elbow around little, lost, homeless De Witt Clinton park. Consider that a stovepipe is an important factor in any kitchen and the situation is analysed. The chefs in “Hell’s Kitchen” are many, and the Stovepipe Gang wears the cordon blue*» [8, р.101] (“Vanity and some Sables”) (Банда «Дымовая труба» заимствовала свое название от небольшого квартала, который представляет собой вытянутое в длину, как труба, естественное продолжение небезызвестного городского района, именуемого Адовой кухней. Пролегая вдоль реки, параллельно Одиннадцатой и Двенадцатой Авеню, Дымовая труба огибает своим прокопченным коленом маленький, унылый, неприятный Клинтон-парк. Вспомнив, что дымовая труба – предмет, без которого не обходится ни одна кухня, можно без труда уяснить обстановку. Мастеров заваривать кашу в Адовой кухне сыщется немало, но высоким званием шеф-повара облечены только члены банды «Дымовая труба») [8, р. 101] («Русские соболя»).

В рамках этого примера О'Henry осуществляет каламбурный процесс вокруг слова «*stovepipe*» (дымовая труба), этим словосложением автор подчеркивает свою оценочную позицию по отношению к данной ситуации.

В итоге рассмотренных примеров касательно каламбурных проявлений в литературе английского языка, предоставляется возможность твердо заявить что жизнедеятельность писательских работ, трудов строятся на основе каламбурных фраз. Целенаправленное внедрения каламбурных структур говорит о том, что каламбур является добавочным языковым средством для разнообразности проявления стилистических фигур речи.

В современном мире, каламбур стал неотъемлемой частью речевой деятельности. Актуальность каламбура признаётся тем что, к ним прибегают не только сатирики, писатели-драматурги, юмористы, но также и в средствах массовых информациях подмечается тенденция привлечение внимания будь то слушателя или читателя неоднозначными словосочетаниями, которые влекут за собой эмотивный эффект на аудиторию телевидения, в рекламной среде вызывают чувство «курьезности», в политической деятельности является мощным двигателем лидерства в предвыборных компаниях.

Когда-то каламбур имел статус «некое языковое явление», сегодня каламбур обретает все больше и больше целостность: как отдельный языковой, лингвистический-стилистический приём.

В целом, сущность каламбура подразумевает преднамеренное столкновение двух несовместимых лексических значений в единое фонетическое звучание или смежные графические словоформы. Словесная острота создается в большей степени, с помощью омонимических языковых единиц, где одна языковая единица доминирует над другой или же смысловой контекст текста приобретает некую значимость. При этом языковые словоформы не теряют своей значимости, напротив они становятся выразительнее через призму заложенного контекста текста. Омонимы являются ядром каламбура, без них бы каламбур растерял бы всю окраску словесного содержания. Это языковая игра, несет в себе определенную роль: создания внутреннего контекстуального

антуража. От комического-юмористического эффекта до саркастического эмоционально-окрашено психологически. Доказательством служат то что, иногда омонимические языковые единицы сталкиваются в одном предложении до полного несоответствия, доходя до лексической антонимии. Стоит обозначить то что, произвольное возникновение омонимии в речевой деятельности создает определенные трудности в понимании сказанной информации. В случаях сознательного употребления омонимов в высказываниях, они выступают как наивысшим материалом, распускающаяся хитросплетения языковой системы на стилистические приёмы.

Поскольку до нынешнего периода времени, существуют различные толкования как в отечественной, так и в зарубежной лингвистике, каламбур как стилистическая фигура речи нуждается в скрупулезном исследовании в контексте современности: изучения критерии каламбура, в частности его структуру, функционирование и его информативность текста. Распознавания закономерности построения и существования каламбура, облегчит задачу сберечь нужную эмоцию.

Рассмотрение проблематики омонимии в аспекте лингвистического понимания, позволяет сделать определенные выводы касательно омонимии как предмета исследования в лингвистике. Сегодня эффект омонимии как часть языковой системы трактуется как особое лингвистическое проявление языковой структуры. Благодаря исследовательским работам, как отечественным так и зарубежным лингвистам, омонимия больше не вызывает недоумения в языкознании. Наоборот, признается колоссальный масштаб омонимического строя в системе языковых единиц. Омонимия в современной лингвистике рассматривается как языковое явление, генерирующие процессы языковых словоформ, которое способно раскрыть возможность и окраску определенного рассмотренного языка. Именно способность омонимии варьироваться в различных языковых формах и различных грамматических категориях, способствует возможностям обогащения и расширения вокабуляра языковой системы. Также, омонимическое смещение лексических значений, принимается

как естественный процесс живого языка в соответствии с контекстом понимания эпохи нашей времени.

В современной лингвистике, языковым единицам уделяется особое внимание, так как языковые словоформы определяют особое лексическое значение. Их неразрывность в плане совмещения смыслового значения, раскрывает эмоциональную окраску стилистического и языкового строя контекста текста. Исходя из этого, лингвистическая возможность языковых единиц выражается в корреляции смыслового понимания и стилистической организованности языковых словоформ. Стилистический же прием организованности языковых единиц в тексте, несет в себе определенные задачи – скрупулезное изложение лексического значения словоформ или словосочетаний в контексте текста. Следовательно, через призму лексического понимания и осуществляется лингвистическая природа каламбура. Сегодня, лингвистическая природа каламбура выражается стилистическим оборотом речи языковых словоформ, точно и организованно добавляя остроту и экспрессивность в речевом акте.

Итак, омонимия сегодня оценивается как языковое достояние системы языка. Омонимия больше не выступает как неопознанный элемент языкового процесса. Омнимический барьер снимается с легкостью благодаря контексту текста, так как омонимия признается лингвистами величественным языковым инструментарием, который имеет в своем арсенале экспрессивные и выразительные языковые единицы, при этом, психолингвистический антураж контекста текста создается импрессионистическим эффектом смысловых значений фраз. На сегодняшний день, социум охотно прибегает к приему омонимии. Стилистические приемы омонимии приобрели ценность в глазах не только литературоведов и культуроведов, но и в обыденной жизни, так как в современном контексте времени, языковые процессы определяют нашу повседневную жизнь. Также различаются и синтаксические значения в смысловых контекстах. В каламбуре - омонимия определяется как стилистическая фигура речи. В анекдотах - омонимия выполняет роль

повествовательного синтаксиса, от развития момента до кульминации и полной неожиданности. Вследствие комического эффекта каламбура и умение держать публику в саспенсе, создается определенный психо-философический катарсис контекста текста, от которого зависит развязка заложенных автором целей.

Разновидность омонимии, способствует перерождению новых словоформ, оборотов, фонетических и омографических, смещение ударения гласных/согласных морфем, является неоспоримым доказательством того, что языковые процессы живые и они в разный период времени проявляются по-разному и стоит им уделять больше внимания.

Список литературы

1. *Энциклопедический словарь Ф.А.Брокгауза и И.А.Эфрона. – Т. 4. – М.: Русское слово, 1996. – 590 с.*
2. *Диккенс Ч. Дэвид Копперфильд / Перевод А. В. Кривцовой. – М.: Эксмо, 2010. 924 с.*
3. *Dickens Ch. Oliver Twist. – L.: Wordsworth Edition Limited, 2000. – 500 p.*
4. *Голсуорси Дж. Серебряная ложка / Перевод А.В.Кривцовой. – М.–Л.: Гос.изд-во, 1927. – 314 p.*
5. *О’Генри. Сборник рассказов. – М., 1997. – 580 с.*
6. *О’Henry. The Gift of the Magi // <https://americanenglish.state.gov/resources/gift-magi-and-other-stories> (дата обращения: 28.12.2022).*
7. *О’Henry. Brickdust Row // <https://americanliterature.com/author/o-henry/short-story/brickdust-row> (дата обращения: 28.01.2022).*
8. *О’Henry. Vanity and some Sables // <https://americanliterature.com/author/o-henry/short-story/vanity-and-some-sables> (дата обращения: 28.01.2022).*
9. *Стоппард Т. Розенкранц и Гильденстерн мертвы / Перевод И.А.Бродского, И.Кормильцева, О.Варшаверой. – М.: Корпус. 2010. – 797 p.*

УДК 070.1
ББК 76.02

К ВОПРОСУ О ПОЛИТИЧЕСКОМ НАРРАТИВЕ В ПЕРСПЕКТИВЕ ТЕОРИИ ВЛ.ПРОППА

*Е.Б. Павлюк, Московский Университет им. А.С. Грибоедова,
г. Москва, Россия*

ON THE QUESTION OF THE POLITICAL NARRATIVE IN THE PERSPECTIVE OF VL. PROPP'S THEORY

*E.B. Pavlyuk, Moscow State University named after A.S. Griboyedov,
Moscow, Russia*

Аннотация. Данная статья посвящена значению теории Вл. Проппа при рассмотрении политических нарративов в медиапространстве. Разбирается универсальность теории Проппа и перспектива ее применения для изучения множества социальных, исторических, политических и геополитических явлений и их влияния на мировоззрение и политические действия человека.

Ключевые слова: Владимир Пропп, политический нарратив, гибридная война, морфология сказки, нарративный анализ

Abstract. This article is devoted to the importance of Vl. Propp's theory when considering political narratives in the media space. The universality of Propp's theory and the prospect of its application to the study of a variety of social, historical, political and geopolitical phenomena and their impact on the worldview and political actions of a person are analyzed.

Key words: Vladimir Propp, political narrative, hybrid war, fairy tale morphology, narrative analysis

E-mail: kontra.oren@gmail.com

Современный человек находится в перенасыщенном информацией мире. По мере развития технологий, увеличивается скорость распространения сообщений, происходит глобализация информационного пространства. Объемы весь окружающий поток данных и событий становится физически невозможно, при этом остается потребность в их интерпретации и анализе. Стремясь упорядочить окружающий информационный хаос, индивид подстраивает события под понятную для него картину окружающей действительности, опираясь как на паттерны, сформированные в процессе становления его как

Личности, так и на интерпретацию смыслов, осуществляемую средствами массовой информации и коммуникации.

Еще в далекой античности Аристотель отмечал, что человек - «*политическое животное*» [1], обладающее представлениями о Добре и Зле, справедливости и несправедливости, одаренное речью и морально-нравственными принципами, при этом стремящееся к объединению в социальные группы. Стремление человека соотносить себя с какой-либо общественной или политической группой является ключевым для формирования политического нарратива, с помощью которого создается образ окружающего мира.

Под политическим нарративом мы предлагаем понимать *совокупность дискурсных образований разных жанров, сконцентрированных вокруг определённых политических событий* [15]. Наблюдая за смыслами и метасмыслами, которые формируют в настоящее время средства массовой информации, находясь в дискурсе гибридной войны между Россией и «коллективным Западом», мы приходим к выводу, что обе стороны используют похожий инструментарий, апеллирующий к некоему универсальному коду, заложенному в человеческом мировоззрении.

Первопроходцем в области нарративного анализа по праву можно считать советского ученого Владимира Проппа. В 1928 году он выпустил работу «Морфология сказки», в которой выделил основные элементы, которые повторяются в различных сказках мира, вне зависимости от их географического происхождения, назвав их постоянными (всего выведена 31 функция) [12, с. 65-143]. Они способны менять своё место в последовательности сюжета, либо частично отсутствовать, их последовательность всегда одинакова, они представляют собой единый композиционный стержень.

Сказки содержат простую формулу, воспринимаемую в любой культуре, ее легко запомнить и усвоить. О теории Проппа много рассуждают в контексте рекламы, маркетинга, «сторителлинга», сценарного искусства и политических технологий. Как правило, формулу Проппа (в разнообразных ее вариациях)

используют для того, чтобы найти отклик у любого потребителя товаров, услуг, художественного произведения или информации. Это объясняется тем, что данный проверенный механизм апеллирует к глубинам парадигмы его мироощущения и миропонимания, которые формируются еще в детстве, через понятийный ряд сказки (давая представление о Добре и Зле, Герое и Антигерое и т. д.)

Рассмотрим формулу Проппа на примере внутрироссийского политического нарратива в связи с событиями на Украине с 2014-го года. Курсивом мы отметим те основные функции, которые применялись при формировании картины происходящих событий.

Впервые, идея о том, что Юго-Восток Украины является Новороссией, прозвучала в большой политике на «Прямой линии» Президента РФ В. Путина 17 апреля 2014 года [13]. Основным тезисом, прозвучавшим в речи, являлось то, что часть бывшей Российской Империи вошла в состав Украины из-за действий советского правительства, не взирая на то, что исторически эти земли принадлежали России (*отлучка*).

Основным мотивом для восстания на Донбассе стал запрет на использование русского языка [2], который закончился референдумами о независимости ЛНР и ДНР (*запрет и нарушение запрета*).

На территории Донбасса начинает возникать вооруженное ополчение, в канву нарратива вводится со стороны РФ, понятие Героя, добровольца или ополченца [6], который противостоит Украине (Злодею: «карателям», «нацистам», «бандеровцам», «хунте, захватившей власть в Киеве»).

Отдельно стоит отметить, что первое упоминание Новороссии В. Путиным было обозначено спустя три дня после подписания Украиной указа о начале в восточных областях страны антитеррористической операции (АТО). Начинается *противодействие, Герой и Антагонист вступают в непосредственную борьбу*.

Мы не имеем в данный момент какой-то фактической основы, чтобы формально подтвердить то, что РФ являлась *дарителем «волшебного средства/оружия»*, ввиду того, что официально Россия не вела на территории

Донбасса военных действий, не вводила войска и не помогала вооружением. Для нас будет достаточно подтверждения о том, что Россия открыто помогала ЛНР и ДНР гуманитарными конвоями [14], принимала идею о мультивалютной экономической системе (в рублях) и поддерживала работу инфраструктур непризнанных, на тот момент, республик.

Основные бои, из которых вышли победителями силы Донбасса, прошли три раза (Изваринский [10], Иловыйский [5] и Дебальцевский [16] «котлы»). Благодаря этим военным операциям, удалось сохранить контроль как над границей между республиками Донбасса и РФ, так и между Донетчиной и Луганщиной (*борьба, победа*).

Заключительной фазой должно было стать *воцарение* и счастливый финал. Этого, вопреки тому, что за кульминацией ожидался положительный исход, на тот момент не случилось.

Отдельно отметим, что отсутствие положительного исхода, логического завершения формулы Проппа, на наш взгляд, привело к ощущению непонимания, протрации у определенной части общества. На смену «борьбе и победе» пришли рассуждения о *тупике* [8], в котором нет «*ни мира, ни войны*» [3, 4, 7]. Военный историк Сергей Переслегин, рассматривая сюжетность в военном деле, отмечает: «*Когда требования сюжета противоречат требованиям обстоятельств, люди, управляемые сюжетом, могут пытаться одновременно выполнять действия, противоречащие друг другу, терять ориентацию в пространстве, времени и обстановке. Попытка сопротивляться давлению сюжета ведёт к депрессии*» [11].

Подобные эксперименты над общественным сознанием, безусловно, имеют негативное влияние на любые последующие попытки создания новых политических нарративов, но сущность данного вопроса стоит рассматривать отдельно в иных аналитических работах.

Аналогичным образом, через формулу Проппа, мы можем разобрать политический нарратив украинских средств массовой информации (появление «недостачи» в желании евроинтегрироваться, создание образа России-

Вредителя, героизация участников АТО, апеллирование к «волшебному помощнику» - Европе и США и. п.)

Похожим способом, на данном смысловом каркасе, строится создание политической картины о России на Западе (и наоборот).

Американский ученый Х. Олкер, базируясь на «Морфологии волшебной сказки» Проппа приводит мысль о том, выведенная им формула при употреблении в политической сфере, приводит к *«существованию трансцендентных социальных или политических целей символического или мифологического характера, в стремлениях к которым мы коллективно, и на законном основании, проникаемся готовностью убивать или умирать»* [9].

Резюме:

1. Находясь в перегруженном информационном пространстве современный человек стремится упростить себе картину мира через понятные ему сюжеты;

2. Паттерны, которые предлагает человеку политический нарратив группы, к которой он принадлежит, декодированы в «Морфологии сказки» В. Проппа как постоянные функции;

3. В любом сюжете, художественном или политическом, основной движущей силой является конфликт. Он возникает как противостояние Героя и Антагониста (врага, вредителя). В актуальном для нас медийно-политическом поле, модель, выведенная Проппом, универсальна для любой из участвующих в конфликте сторон;

4. Изучение политического нарратива по формуле Проппа открывает широкую перспективу для изучения множества социальных, исторических, политических и геополитических явлений, затрагивая темы гибридных, информационных и когнитивных войн, конструкты манипулирования массовым сознанием и их влияние на мировоззрение и политические действия человека.

Список литературы

1. Аристотель. *Этика. Политика. Риторика. Поэтика. Категории* / Аристотель; предисл. Д. Миртова. - Минск: Литература, 1998. - 1391 с. - (Серия «Классическая философская мысль»)
2. *Война на опережение: как уничтожали русский язык на Украине* // РИА Новости. URL: www.ria.ru/20220610/yazyk-1790620757.html (дата обращения: 10.11.2022).
3. *Донбасс: ни мира, ни войны* // ИА "Антифашист". URL: www.antifashist.com/item/donbass-ni-mira-ni-vojny.html (дата обращения: 10.11.2022).
4. *Донбасс: «ни войны, ни мира» и туманное будущее* // Украина.ру. URL: www.ukraina.ru/20200922/1028995683.html (дата обращения: 10.11.2022).
5. *Иловайск: наш Сталинград* // ИА "Антифашист". URL: http://antimaydan.info/2018/08/ilovajsk_nash_stalingrad.html (дата обращения: 10.11.22).
6. *Как российские добровольцы повлияли на ход войны в Донбассе* // Рамблер.ру. URL: www.news.rambler.ru/conflicts/42305259-kak-rossiyskie-dobovoltsy-povliyali-na-hod-voyny-v-donbasse/ (дата обращения: 10.11.22).
7. *Минские соглашения: три года ни мира, ни войны* // «Царьград/Tsargrad». URL: https://tsargrad.tv/articles/donbass-tri-goda-ni-mira-ni-vojny_110757 (дата обращения: 10.11.22).
8. *Минский тупик* // "Военное обозрение". URL: <https://topwar.ru/120372-minskiy-tupik.html> (дата обращения: 10.11.22).
9. Олкер Х.Р. *Волшебные сказки, трагедии и способы изложения мировой истории // Язык и моделирование социального взаимодействия.* – М., 1987
10. *Пара слов о Южном (Изваринском) "котле"* // "Военное обозрение". URL: www.topwar.ru/101490-para-slov-ob-yuzhnom-izvarinskom-kotle.html (дата обращения: 10.11.22).
11. Переслегин С.Б., *"Дружба мушкетеров при живых королях"* // Имперский генеральный штаб. URL: www.igstab.ru/materials/Pereslegin/Per_Mushket.htm (дата обращения: 10.11.22).

12. Пропп В. Я. Морфология волшебной сказки. – СПб.: Питер, 2022. – 256 с.
13. «Прямая линия» Президента РФ В. Путина 17 апреля 2014 года // Администрация Президента России. URL: www.kremlin.ru/events/president/news/20796 (дата обращения: 10.11.22).
14. Российские гуманитарные конвои в Донбасс. Досье // Информационное агентство ТАСС. URL: www.tass.ru/info/2179437 (дата обращения: 10.11.22).
15. Шейгал Е.И. Многоликий нарратив // Политическая лингвистика. – 2007. – Вып. (2) 22. – С. 86–93.
16. «Это была настоящая дорога смерти»: военкор показал кадры боев за Дебальцево // ОАО «ТРК ВС РФ «ЗВЕЗДА». URL: www.tvzvezda.ru/news/20202261912-p7tvS.html (дата обращения: 10.11.22).

УДК 82.09

ББК 83

ОСОБЕННОСТИ АУДИОВИЗУАЛЬНОГО ПЕРЕВОДА ДОКУМЕНТАЛЬНЫХ ФИЛЬМОВ

*И. В. Пахомов, Московский государственный гуманитарно-экономический
университет, г. Москва, Россия*

PECULARITIES OF AUDIOVISUAL TRANSLATION OF DOCUMENTARIES

*I.V. Pakhomov, Moscow State University of Humanities and Economics,
Moscow, Russia*

Аннотация. Данная статья посвящена рассмотрению особенностей аудиовизуального перевода документальных фильмов. В статье раскрыто понятие документального фильма как такового, определены его отличительные черты. Также были рассмотрены методы киноперевода и выявлены основные проблемные места, с которыми может столкнуться переводчик при работе с документальными фильмами.

Ключевые слова: документальный фильм, аудиовизуальный перевод, проблемы перевода.

Abstract. This article is devoted to the consideration of the features of audiovisual translation of documentaries. The article reveals the concept of a documentary film, and defines its distinctive features. The methods of film translation were also considered and the main problem areas that a translator may encounter when working with documentaries were identified.

Key words: documentaries, audiovisual translation, translation problems.

E-mail: ilya.vladimir2000@gmail.com

В настоящее время кино является одной из популярных видов познавательно-развлекательного контента. Всего в мире насчитывается примерно 500000 фильмов разных жанров, снятых во многих странах. Однако всё это разнообразие недоступно каждому человеку изначально, так как в оригинале смотреть фильм можно, однако понять смысл, посыл и действие можно только при должном владении языком.

Следовательно, возникает потребность в переводе фильмов на разные языки, если те пользуются большой популярностью. Помимо большого количества просмотров, создатели фильма ориентируются на большую прибыль, которую они могут получить с проката. Таким образом, одной из основополагающих составляющих успеха проката того или иного фильма во многих странах, отличающихся как языком, так и культурой, является качественный перевод фильма.

Существует большое жанровое разнообразие фильмов: боевики, детективы, драмы, трагедии, трагикомедии, комедии, нуар, и т.д. Однако из всего этого разнообразия для нас особый интерес представляют **документальные фильмы** (также называемое “неигровое кино”). К этому жанру кино относят фильмы, в основу которых легли съёмки подлинных событий и лиц. В основном, документальные фильмы повествуют об интересных исторических событиях, культурных явлениях, научных фактах, теориях и гипотезах, знаменитых личностях и обществах. Например, самое первое снятое кино, «Прибытие поезда на вокзал Ла Сиота, снятое основоположниками кинематографа, братьями Люмьер, является, по сути, документальным фильмом. Само понятие документального фильма было предложено Джоном Грирсоном в 1926 году, чтобы подчеркнуть его отличия от художественно.

В зависимости от методов, которые используются при съёмках, документальные фильмы можно поделить на следующие **три категории**:

1. Истинно документальные фильмы;

Таковыми фильмами эксперты считают лишь те фильмы, которые от начала до конца сняты скрытой камерой. Такое выделение обусловлено тем, что поведение того или иного человека или животного на камеру отличается от привычной модели.

2. Образовательные (учебные) фильмы;

Учебные фильмы предназначены для просмотра в учебных заведениях. Сочетание повествования и аудиовизуального ряда благополучно сказывается на усвоении материала, как показали исследования. Помимо просмотра в школе, они также транслируются по телевидению или на каналах на видеохостингах — это пользуется довольно большой популярностью.

3. Псевдодокументальные фильмы.

Такие фильмы также называют термином «мокьюментари» (англ. mockumentary, от to mock – «подделывать», «издеваться» + documentary – «документальный»). Внешне они соответствуют документальным фильмам, но их предмет, в отличие от настоящего документального кино, является вымышленным и специально выдаётся за действительность.

Самой популярной категорией из вышеперечисленной классификации документальных фильмов являются образовательные (учебные) фильмы. Это обуславливается тем, что в аудиовизуальном ряде таких фильмов могут использоваться кадры хроники или съёмки скрытой камеры, т.е. в эту категорию частично входит первая категория (истинно документальные фильмы).

Переходя к рассмотрению перевода документальных фильмов, стоит рассмотреть перевод фильмов в целом. На основе публикации М. Берди, американской журналистке, живущей в Москве, в журнале «Мосты» можно выделить следующие виды киноперевода [1]:

1. Субтитрирование. Переведённые реплики персонажей и перевод надписей пишется поверх визуального ряда в нижней части экрана. Такой метод

используется и по сей день. Стоит упомянуть, что этот метод получил ещё большую популярность в связи с достижением инклюзивности путём *аудиодескрипции*.

2. **Синхронный перевод.** При таком переводе переводчик-синхронист работает без предварительного просмотра. Его главная цель — как можно точнее передать содержание фильма. На сегодняшний день такой киноперевод используется крайне редко.

3. **Одноголосый перевод.** Такой вид киноперевода характеризуется записью голоса, читающего текст перевода поверх основного аудиального ряда. В настоящее время такой метод используется не так часто и не пользуется особой популярностью. Стоит также отметить существование схожего метода киноперевода, при котором в переводе используются два актёра разного пола для соответствия героям кинокартины.

4. **Полный дубляж.** При таком виде киноперевода весь фильм озвучивается штатом актёров озвучки и дубляжа. Качественный дубляж — это весьма время- и ресурсозатратное дело, требующее особого внимания к совпадению артикуляции с оригиналом и к *липсинку*.

В контексте рассматриваемого жанра — документальных фильмов — из перечисленных видов киноперевода все виды в той или иной степени подходят нашей теме. При *субтитрировании* намного проще максимально точно донести информацию максимально точно, не сталкиваясь с проблемой ограничения по длине аудиального ряда. *Синхронный перевод* сам по себе является сложным видом перевода. При переводе документальных фильмов такой перевод является не самым достоверным, учитывая отсутствие предварительной подготовки. Тем не менее, его использование допустимо. *Одноголосый перевод* является самым подходящим видом перевода документальных фильмов. У переводчика есть возможность правильно и достоверно перевести текст, а также уложить его во временные рамки. *Дубляж*, в свою очередь, подходит не ко всем документальным фильмам, но его можно использовать при переводе вставок с пояснениями учёных, исследователей и т.д. Таким образом, говоря об

аудиовизуальных особенностях перевода документальных фильмов, мы рассматриваем два последних вида, т.е. *одноголосый перевод и дубляж*.

Как уже отмечалось ранее, при переводе методами одноголосого перевода или дубляжа, особое внимание должно уделяться одновременно двум вещам:

1. **Содержанию** — так как перевод должен быть качественным, полностью соответствовать тому, о чём говорится в оригинальном документальном фильме, так как такой жанр требует точности;

2. **Временным рамкам** — поскольку помимо текста, в фильме присутствует визуальный ряд, подстроенный под повествование.

Если с пониманием первого пункта не возникает каких либо вопросов, то временные рамки требует более детального рассмотрения. Документальный фильм освобождает переводчика от необходимости в адаптации текста под артикуляцию оригинала и липсинка: даже если в неигровом кино присутствуют вставки с реальными людьми, которые дают свои комментарии, суть таких фильмов — донести информацию, а не удовлетворить эстетические потребности зрителя.

Так, переводчику стоит обращать особое внимание на *временные рамки* реплик или пассажей повествования оригинального текста и подстраивать под них свой текст на ПЯ. Но стоит также помнить о том, что при аудиовизуальном переводе переводчик должен смотреть и на сам визуальный ряд переводимого документального фильма. Совмещая *ориентацию на визуальный ряд фильма и временные рамки* пассажей повествования, переводчик сможет создать эквивалентный перевод.

Список литературы

1. Берди М. Киноперевод: мало что от Бога, много чего от Гоблина. «Круглый стол» в редакции «Мостов» / М. Берди, Д. М. Бузаджи., Ермолович Д.И., Загот М.А., Ланчиков В.К., Палажченко Р. // Мосты. Журнал переводчиков, 2005.

УДК 366.636

ББК 76.0

МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ В СОВРЕМЕННЫХ РЕАЛИЯХ

М.А. Розвязева, Московский университет имени А.С. Грибоедова,

Москва, Россия

MARKETING STRATEGIES IN MODERN REALITIES

M.A. Rozvyazeva, A.S. Griboyedov Moscow University, Moscow, Russia

Аннотация. В статье приведены разноплановые вариации маркетинговых стратегий, манипуляций, подробно раскрыто понятие нейромаркетинга и разобраны методы продвижения в интернете.

Ключевые слова: реклама, рекламная стратегия, методы рекламы в интернете, маркетинговые манипуляции, нейромаркетинг.

Abstract. The article presents diverse variations of marketing strategies, manipulations, the concept of neuromarketing is disclosed in detail and the methods of promotion on the Internet are analyzed.

Keywords: advertising, advertising strategy, methods of advertising on the Internet, marketing manipulation, neuromarketing.

E-mail: m.rozvyazeva@mail.ru

С приходом социальных сетей маркетинг модернизировался и, как никогда раньше, стал набирать пик своей популярности в развитии онлайн-бизнеса. Появление интернета сильно отразилось на человечестве. 30 лет назад никто бы из нас и представить не смог, что социальные сети станут частью нашей жизни так глубоко. Мы сможем не только виртуально общаться с друзьями и знакомыми, но и совершать покупки, заниматься саморазвитием, черпать бесконечный поток информации. Безусловно, это облегчило жизнь каждому из нас и дало миллионы возможностей. Заметили, как быстро привычный поход в магазин сменился онлайн-шоппингом и доставкой, а поход в офис удаленной работой? Мир глобально изменился. Больше не нужно отправлять письма, и ждать ответ минимум несколько дней.

Стоит отметить, резко возросшую в современном информационном обществе роль интернет-маркетинга. Из-за быстрого перекачивания товаров и услуг на интернет-площадки появились новые рабочие места, новые профессии. Интернет – маркетологи, SMM (Social Media Marketing) -специалисты,

таргетологи, SEO-аналитики, графические дизайнеры, визуал-менеджеры, веб-дизайнеры. Информационное общество подарило новые возможности, о которых многие даже не догадываются. Самое время воспользоваться ими, пока конкурентоспособная среда находится на низком уровне.

Маркетинговая манипуляция — это целенаправленное маркетинговое воздействие на сознание и поведение потребителей. Маркетинг исходит из того, что покупательское поведение определяется сознанием потребителей [2, с. 27].

Для изучения поведения потребителей есть отдельная наука — нейромаркетинг [1, с. 69].

Нейромаркетинг — комплекс мероприятий, которые изучают отношение человеческого мозга к маркетингу и рекламе, в частности. Результаты исследований позволяют лучше прогнозировать логику потребителя, его реакцию на раздражители посредством измерений процессов в мозгу. В качестве раздражителей выступают различные маркетинговые сообщения — баннеры, тизеры, аудио и видеоролики, акции и прочее. Таким образом, движется вперед наука и улучшается качество обслуживания покупателей, а также эффективность маркетинга [1, с. 70].

Простыми словами нейромаркетинг — по сути, эксперимент, в котором участвуют потребители товаров и услуг, а также маркетологи и нейробиологи/неврологи. Первые естественным образом реагируют на рекламу (как в обычной жизни), вторые и третьи измеряют эти сигналы и пытаются в будущем предсказать реакции покупателей.

Этот метод включает себе хитрости нейробиологии и психологии, заставляющие нас покупать.

Основоположник современного подхода к нейромаркетингу и автор этого термина, Эйл Смидтс, уверен, что методика позволяет определить отношение к продукции или бренду ещё до того, как потребитель осознал свою реакцию [1, с. 68].

Например, немецкий автомобильный гигант Mercedes-Benz Daimler привлек к созданию рекламы нейромаркетологов. Специалисты изучили реакции

людей и предложили в роликах имитировать передние части машины лицами людей. Такой неординарный подход имел чисто нейробиологическое объяснение: визуальный образ воздействовал на центры удовольствия клиентов, то есть на эмоции. Продажи концерна выросли на 15% за один квартал [1, с. 68].

Говоря о маркетинге в современном мире, мы будем говорить напрямую об интернет-маркетинге, оставив позади сарафанное радио, телевидение, мерчендайзинг и печатные продукции.

Чаще всего маркетологи заходят с психологической стороны. Они апеллируют не столько разумом, сколько чувствами. Поэтому главная задача современных маркетинговых манипуляция – постоянное изучение мотивов потребления [3, с. 16].

Следует отметить, что в рекламной компании никто не будет продавать сам напиток. Обычно мы видим наслаждение и утоление жажды после первого глотка.

Самая действенная реклама – та, которая действует скрытно и незаметно, на самом глубоком подсознательном уровне. Она же называется нативной. Это главный инструмент и двигатель маркетингового мира.

Главная маркетинговая манипуляция и стратегия – эмоция. Это та самая «боль» покупателя, за которую должен зацепить производитель.

Под «болью клиента» в маркетинге следует принимать следующее: «боль» — это описание проблем, которые есть у целевой аудитории. В маркетинге важно знать, что «болит» у человека и предложить ему решение проблемы, тогда он быстро приобретет статус покупателя. С грамотной точки зрения маркетинга — человек покупает не продукт, а именно решение своих боли или проблемы.

Реклама всегда будет использовать эмоциональную память, куда накрепко впечатываются эмоции. Эти эмоции сильнее рациональных и логических рассуждений. «эмоцио» всегда будет перекрывать «рацио». Яркие впечатления мозг не забывает. Именно поэтому современная реклама использует эмоции [2, с. 103].

Важно понимать, что эмоции не обязательно должны быть положительными. Это могут быть и негативные эмоции. Самое главное – они должны быть максимально сильными, чтобы смогли надолго остаться на подсознательном уровне. Чем чаще человек их испытывает, тем сильнее маркетолог оказывает на него воздействие.

Главные маркетинговые манипуляции:

1. Метод неполноценности

Рекламная кампания вызывает в вас страх, они раскрывают ваши боли и надавливают на них.

2. Метод позитивных психологических установок

Положение человека и движение создают определенные установки, изучив это исследование маркетологи начали внедрять способы, которые до сих пор встречаются в привычных для нас местах. Например: в автосалоне вам предлагают откинуться на мягком кресле машины и расслабиться, чтобы вы почувствовали себя комфортно.

3. Метод социального доказательства

Около 72% людей ничего не покупают и не заказывают, пока не прочитают отзывы.

4. Метод персонификации бренда

Это позволяет вызвать привязанность клиента к конкретной компании. Благодаря персонификации маркетологи проникают в ваше личное пространство.

5. Метод сексуальных образов

Научные исследования показали, что под воздействием сексуальных образов мужчины действуют более импульсивно.

6. Метод сторителлинга

Метод достаточно старый, но продуктивно работающий. Человек доверяет человеку. Один рассказывает историю, тем самым нативно продвигая бренд, а второй верит в эту историю и покупает.

7. Метод ощущения причастности

Суть: убедить покупателя в том, что результат зависит от него самого и заставить желать его сильнее [2, с. 161].

Интернет-маркетинг (ИМ) – это отдельная наука. Деятельность маркетологов в Сети отличается от деятельности маркетологов в офлайн-пространстве. Помимо традиционных методов и инструментов, применяемых в офлайне, в ИМ есть свои уникальные способы продвижения и продаж. К ним относят такие виды:

- SEO (Search Engine Optimization) – поисковая оптимизация, направленная на получение максимально высоких позиций сайта в поисковиках. Это бездонный источник трафика, где свою целевую аудиторию сможет найти каждый средний и малый бизнес;

- поисковая контекстная реклама – показ текстовых рекламных объявлений на первых строчках поисковой выдачи без необходимости оптимизировать сайт. Контекст позволяет нацелиться на максимально «горячий» трафик. Рекламодатель сам выбирает, по каким запросам показывать свои объявления. Зная, что именно вводит целевой потребитель в поисковую строку, можно получить очень хороший ROI (уровень доходности);

- медийная контекстная реклама – показ рекламных объявлений на тематических площадках (сайтах). Такая реклама показывается только заинтересованным в продукте пользователям (на основе их действий в Сети, интересов, посещаемых страниц, вводимых в поисковую строку запросов и т. д.). В отличие от поисковой рекламы содержит медийный контент (изображение, видео), способный повысить CTR (кликабельность);

- маркетинг в социальных сетях (Social Media Marketing) – позволяет создать официальное представительство в соцсетях, общаться с аудиторией и совершать онлайн-продажи. SMM – это не только реклама и продвижение компании, это возможность повышения лояльности и доверия целевой аудитории, это возможность наладить контакт с потребителем, сблизиться с ним и повысить имидж компании;

- таргетинг – реклама в социальных сетях. Таргетированную рекламу стоит выделить в отдельную группу, так как это самостоятельный инструмент для продвижения товаров, услуг, сайтов через социальные сети. Пользователи сами оставляют информацию о себе, своих интересах и потребностях, чем и пользуются маркетологи в таргетинге;
- баннерная реклама – аналог медийно-контекстной рекламы, только в данном случае рекламодатель сам выбирает площадки, где будет размещена реклама, и договаривается с их владельцами. Объявление показывается всем посетителям сайта;
- e-mail-маркетинг – рассылки сообщений через электронную почту. Используется не как способ привлечения новых клиентов, а как способ удержания существующих и мотивирования повторных продаж [3].

Подведем итог, выведенной терминологией, из сказанного выше. Маркетинговая манипуляция — это целенаправленное маркетинговое воздействие на сознание и поведение потребителей. Данные манипуляции работают благодаря такой науке как нейромаркетинг. Простыми словами нейромаркетинг – это эксперимент, в котором участвуют потребители товаров и услуг, а также маркетологи и нейробиологи/неврологи.

Список литературы

1. *Галицкий Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика: учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 570 с.*
2. *Линдстром М. Вынос мозга! Как маркетологи манипулируют нами и убеждают покупать их товары / М.Линдстром; пер. с англ. Н.Макарова – 2-е издание. – М.: Манн, Иванов, Фербер; Издательство Эксмо, 2016. – 304 с.*
3. *Лопатина Е.В. Особенности интернет-маркетинга // <https://sci-article.ru/stat.php?i=1541337763>*

4. Манн И., Турусина А. Почему вы? Как правильно объяснить клиентам, почему они должны выбрать именно вас / И. Манн, А. Турусина. – 2-е изд. – М.: Издательство «СилаУма-Паблшер», 2020. – 192 с.

5. Рожков И.В. Информационные системы и технологии в маркетинге. – М.: Русайнс, 2014. – 196 с.

6. Ходжева Д.О. Основы современного маркетинга // <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovy-sovremennogo-marketinga/viewer>

УДК 316.776 + 004.77

ББК 76.0

РАБОТА ПРЕСС-СЛУЖБЫ СПОРТИВНОГО КЛУБА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

*П.О. Суханов, Московский университет имени А.С. Грибоедова,
г. Москва, Россия*

THE WORK OF THE PRESS OFFICE OF THE SPORTS CLUB IN SOCIAL NETWORKS

P.O. Sukhanov, Moscow University named after A.S. Griboyedov, Moscow, Russia

Аннотация. В статье рассматривается работа пресс-службы спортивного клуба в социальных сетях. В ходе изучения деятельности объекта исследования были выявлены особенности, оказывающие влияние на эмоциональное состояние человека. Публикации той или иной организации в социальных сетях – это не только способ донести информацию, но и попытка найти отклик в душе потенциального потребителя. Умение не поддаваться на различные соблазны помогает человеку грамотнее распоряжаться имеющимися ресурсами. Рациональный подход спасает человека от различных трудностей: нехватка денежных средств, большое количество ненужных вещей, с которыми жалко расставаться, конфликты с членами семьи из-за бесполезных трат. Именно поэтому важно понимать технологию работы пресс-службы спортивного клуба в социальных сетях.

Ключевые слова. Пресс-служба, социальные сети, спортивный клуб.

Abstract. The text discusses the work of the press office of the sports club in social networks. During the study of the activity of the research object, the features that influence the emotional state of a person were identified. Publications of an organization on social networks are not only a way to convey information, but also an attempt to find a response in the soul of a potential consumer. The ability not to succumb to various temptations helps a person to manage the available resources more competently. A rational approach saves a person from various difficulties: lack of money, a large number of unnecessary things that it is a pity to part with, conflicts with family members due to

useless spending. That is why it is important to understand the technology of the press office of the sports club in social networks.

Keywords: press office, social networks, sports club.

E-mail: pavel_suxan@mail.ru

Объект научного исследования в настоящей статье – деятельность пресс-службы спортивного клуба в социальных сетях.

Технологии в современном мире стремительно развиваются, что позволяет организациям общаться со своей аудиторией напрямую, без посредников. Люди, в свою очередь, получают информацию от объекта симпатии. Таким образом, усиливается эмоциональная связь между адресатом и адресантом. Одни создают продукт или услугу, а другие потребляют её, улучшая собственное настроение.

Кроме того, торговля является основой нашего социума. Эту идею активно продвигал один из самых известных философов 19-го века Карл Маркс. По его мнению, производственные отношения – это базис любого общества, над которым возвышается надстройка – политическая, юридическая и т.д. [5, с. 6]. Можно по-разному относиться как социалистической, так и к коммунистической идеологии, однако нельзя отрицать, что торговля – важнейший элемент нашего социума. Заработок – это лишь часть того, что можно извлечь из производственных отношений. Во время работы продавец постоянно общается с людьми. У него вырабатываются коммуникативные навыки, он начинает лучше понимать человеческую психологию, поскольку один и тот же подход не будет работать на каждом клиенте. Не стоит забывать и про формирование потребительской базы. Хорошие отношения между людьми могут пригодиться в будущем. В современном мире практически невозможно заниматься одним и тем же делом на протяжении всей жизни. Контакт, сформированный в прошлом, даст человеку шанс быстрее найти новую работу. Связи могут пригодиться и для решения различных бытовых проблем. Эта система функционирует как со стороны продавца, так и со стороны покупателя. Клиент, к слову, так же, как и поставщик услуг, получает удовлетворение. С одной стороны, он тратит свои деньги, что вряд ли кого-то обрадует. Однако практически любая покупка приносит людям радость. Например, в тяжёлые периоды человек может купить

дорогую шоколадку, съесть её за пять минут и получить заряд положительных эмоций. Это, казалось бы, незначительное действие на какое-то время избавит индивида от накопленного негатива.

Даже у рационального человека периодически возникает желание совершить иррациональное действие. В большинстве случаев он, конечно, выберет пачку риса. Её цена примерно соразмерна стоимости шоколадки, но при этом крупы хватит на несколько дней. Однако иногда у него будет возникать соблазн купить ту же самую шоколадку. Да, это не совсем рационально, но зато в ближайшие несколько минут человеку гарантировано наслаждение.

Здесь важно чувствовать грань. Каждому индивиду необходима порция позитива, которая достижима только иррациональными действиями, однако нужно уметь контролировать себя, поскольку большое количество эмоциональных решений развивает в человеке импульсивность. Современный мир дарит нам массу различных возможностей, но при этом забирает много энергии. Например, жителя Москвы или Московской области не удивишь поездкой длиной в несколько десятков километров. Преодоление таких расстояний вызывает усталость, отнимает время, которое правильнее было бы потратить на отдых и восстановление организма. Американский философ Элвин Тоффлер стал автором термина «футурошок». Его неологизм описывает процесс возникновения шока от нескончаемого потока меняющейся информации, что приводит к возникновению разного рода психофизических расстройств [8, с. 557]. Эти проблемы перетекают в зависимость, с которой очень тяжело бороться. В нашем случае речь идёт о ониомании – бесконечном желании совершать бесполезные покупки. Именно поэтому важно контролировать собственные инстинкты, не позволяя себе регулярно совершать иррациональные действия.

Стоит отметить, что в современном мире огромное количество соблазнов. Социальные сети – одно из таких явлений. Онлайн-платформы, созданные для общения людей, стали площадкой для решения разного рода коммерческих задач. Каждая солидная организация имеет аккаунты сразу в нескольких социальных сетях. Это позволяет сделать охват аудитории более обширным.

Корпорации, безусловно, не просто распространяют информацию, но ещё и пытаются эмоционально вовлечь потенциального потребителя. Для этого используются разные психологические и лингвистические приёмы.

Перед началом рассмотрения деятельности пресс-службы спортивного клуба в социальных сетях дадим определение двум ключевым понятиям настоящего исследования.

В книге «Современная пресс-служба» Антон Гнетнёв и Мария Филь характеризуют рассматриваемое подразделение как «институт, оказывающий услуги по информационному освещению» [2, с. 414]. Пресс-служба не просто отвечает за взаимодействие с различными средствами массовой информации, но и контролирует изменения образа корпорации в сознании общественности. Имидж и репутация зависят не только от тех или иных действий, но и от реакции аудитории на них. Если раньше основным источником информации являлись разного рода СМИ, то сегодня организации получили возможность воздействовать на аудиторию своими ресурсами. Этот процесс осуществляется благодаря социальным сетям.

Любая из имеющихся онлайн-платформ является площадкой для формирования социальных отношений между людьми. Это глобальные проекты, которые выходят за рамки простого общения. Не секрет, что многие люди хотят казаться лучше, чем есть на самом деле. Социальные сети помогают им удовлетворить эту потребность, ведь для того, чтобы воспользоваться, например, «ВКонтакте», необходимо опубликовать информацию себе. Фотографии, описание личных качеств и другие возможности онлайн-площадки позволяют человеку найти признание через создание определённого образа [3, с. 59].

Сразу стоит отметить, что у организаций есть такая же потребность. Однако их цели более рациональны. Индивид просто повышает самооценку, корпорации же преследуют коммерческие интересы. Специалисты понимают: чем лучше имидж, тем привлекательнее продукт для потенциального потребителя. Именно поэтому солидные организации делают упор на взаимодействие с аудиторией в социальных сетях.

Отметим и то, что подписка на страницу той или иной корпорации может повысить статус человека. Здесь действует тот же принцип, что и с брендами. Некоторые люди покупают сумку от «Louis Vuitton» не из-за удобства, а из-за престижа. Ради статуса они даже готовы испытывать дискомфорт. Учитывая это, организации стремятся сделать бренд солидным. В этом случае подписка на их социальные сети может стать объектом престижа, а это, несомненно, приведёт к успеху как в имиджевом, так и в коммерческом плане.

Сегодня каждая более-менее статусная организация распространяет контент практически во всех популярных социальных сетях. Это объясняется разными предпочтениями людей. Одним удобнее использовать «Telegram», другие опираются на внутренний консерватизм, не желая расставаться с «ВКонтакте», а третьи из-за любви к «Instagram» готовы даже пользоваться VPN. Чаще всего создание контента для официального сайта и социальных сетей ложится на плечи одного и того же человека. Это неудивительно, поскольку информация для разных платформ практически не отличается, ведь главной целью продвижения аккаунтов на нескольких ресурсах одновременно является расширение охвата аудитории.

В большинстве современных пресс-служб можно встретить одну и ту же структуру:

1. Отдел мониторинга (отслеживание материалов журналистов об организации, подготовка отчётов для внутренней работы департамента)
2. Отдел оперативной работы с представителями СМИ (аккредитация на различные мероприятия корпорации, ответы на запросы журналистов и т.д.)
3. Отдел по развитию интернет-ресурсов (создание информации о компании для собственных платформ)
4. Отдел по взаимодействию с общественностью (контактирует с различными организациями) [1, с. 54].

В рамках этой работы нас интересует только третий пункт. Однако сразу стоит отметить, что в пресс-службах российских спортивных клубов функционалом нескольких отделов может заниматься один человек. В

некоторых организациях даже нет специалистов, отвечающих, например, за деятельность [6, с. 77].

Такой подход можно связать с двумя факторами. Во-первых, большую роль играет советское воспитание руководителей клубов и представителей пресс-служб. В прошлом веке наше государство было социалистическим, у людей были совершенно другие ценности. Во-вторых, большинство спортивных клубов России содержатся за счёт бюджетного финансирования или компаний, аффилированных с государством. Этот аспект сказывается на мотивации, поскольку деньги приходят независимо от спортивных достижений или интереса аудитории. Например, в Америке из Национальной хоккейной лиги и Национальной баскетбольной ассоциации пытаются сделать шоу. Руководители клубов и организаторы соревнований понимают, что человека сложно привлечь исключительно игрой, поэтому спортсменов заставляют участвовать в различных имиджевых мероприятиях (автограф-сессии, съёмки в видео для клубных медиа, большое количество интервью разным изданиям и т.д.). Американские спортивные организации никак не связаны с государственным финансированием, что делает спорт бизнес-проектом. В России ситуация другая: клубы выполняют, скорее, социальную функцию. Спорт имеет положительный имидж в глазах общественности. В некоторых регионах команда и вовсе является местным символом, проблемы которого могут вызвать серьёзное недовольство жителей. Всё это заставляет губернаторов искать источники финансирования, однако в большинстве случаев серьёзные цели декларируются лишь на словах. На деле клубы, скорее, выживают, а не живут яркой жизнью.

То же самое можно сказать про деятельность большинства пресс-служб. Аудитория получает минимальное количество информации, из-за чего интерес к спортивным клубам остаётся на невысоком уровне.

Учитывая разный уровень работы пресс-служб рассматриваемой отрасли, сделаем акцент на самых распространённых приёмах, встречающихся в социальных сетях спортивных клубов.

Прежде всего, обратим внимание на фотографии, которые готовит клубный репортёр. Как известно, изображение способно передавать информацию без слов [9, с. 39]. Это позволяет аудитории почувствовать эмоции, которые испытывают представители команд. Просмотр фотографий, безусловно, производит более сильное впечатление, чем текст. Слова заставляют человека рисовать определённый образ в своей голове, а изображение даёт готовую картинку. Цель хорошей фотографии – вызвать эмоцию. Аудитория должна проникнуться героями и их реакцией на те или иные игровые аспекты. Это один из способов сделать человека болельщиком клуба. Фотографии вызывают интерес не только у аудитории, но и у самих спортсменов. Они могут попросить снимки для публикации в своих социальных сетях или для пополнения личного архива. Здесь можно разглядеть элемент самолюбования, а также желание показать себя с лучшей стороны. Необходимо понимать, что подобного рода тщеславие способно оказать положительное влияние на климат внутри коллектива. Человек, получивший удовольствие от предоставленного снимка, будет приходить на тренировки с хорошим настроением. Не секрет, что позитив добавляет людям силы. Полученная энергия формирует дополнительные внутренние ресурсы, которые позволяют человеку стабильно демонстрировать свои лучшие качества.

Важно отметить, что не все изображения попадают на онлайн-платформы организации. Пресс-служба занимается отбором фотографий. Кадр, способный вызвать неоднозначную реакцию общественности, не будет опубликован. В качестве примера можно привести следующую ситуацию: на скамейке запасных все, кроме одного из представителей команды, сидят с радостными лицами. Такое изображение не должно быть опубликовано, поскольку недовольство того самого человека может породить неприятные слухи: домыслы о конфликте с тренером или другими игроками, предположения о не самой благоприятной обстановке внутри команды и так далее. Именно поэтому фотографии проходят через внутреннюю цензуру. В социальных сетях спортивных клубов можно

увидеть кадры с тренировок, с игр, с различных имиджевых мероприятий (автограф-сессии, походы в соц. учреждения).

Следующий вид контента – информация о предстоящих матчах. Сюда можно отнести статистические подборки, напоминание о возможности приобрести билет на игру, программные интервью, превью и т.д. Всё это подогревает интерес аудитории к предстоящему событию. Цель рассматриваемого контента – создать антураж, сделать так, чтобы люди обсуждали матч, ждали его с нетерпением. Это ещё один метод оказать эмоциональное воздействие на аудиторию. Людям недостаточно просто рассказать о событии, их нужно заинтриговать. Создавая необходимый антураж, пресс-службы чуть ли не каждый день размещают ссылку на материал, рассказывающий о порядке продажи билетов на матч. Это делается для того, чтобы эмоционально вовлечённый человек совершил действие, ради которого существует спортивный клуб, нацеленный на извлечение прибыли. Постоянное напоминание о возможности купить билет осуществляется из-за высокого ритма жизни в современном мире. На человека в один момент может свалиться сразу несколько дел. Вероятно, ему придётся что-то упустить из вида. Пресс-служба, понимая это, дублирует информацию, рассчитывая поймать потенциального потребителя в удачный для себя момент.

Продолжая тему предматчевого контента, стоит отметить, что интервью, посвящённые предстоящему событию, чаще всего являются не очень информативными. В коммерческих турнирах тренеров заставляют говорить не только после игры, но и до неё. В большинстве случаев специалисты говорят банальные фразы, однако их появление на публике порождает разного рода материалы в спортивной прессе. Журналисты, как и пресс-службы, привлекают внимание к себе. Представителям коммерческих СМИ нужны клики, увеличивающие стоимость рекламы, размещаемой на их сайте. Это явление выгодно и пресс-службе, поскольку внимание журналистов сказывается на интересе аудитории. Таким образом, представители спортивных клубов, отвечающие за информационное освещение деятельности организации,

публикуют программные интервью, имея конкретную цель – привлечь внимание, не выходя за рамки обтекаемых фраз.

Информация, публикуемая в социальных сетях спортивных клубов, может не только предвкушать событие, но и рассказывать о нём. Она похожа на контент, рассматриваемый в двух предыдущих абзацах. Однако стоит отметить одну важную особенность. Нередко текстовые трансляции сопровождаются эмоциями представителя пресс-службы. Здесь можно разглядеть не только переживания пристрастного человека, но и ещё один скрытый манипулятивный приём. Чаще всего люди не размышляют о вариативности тех или иных фраз, воспринимая высказывания как отражение действительности [8, с. 148]. В некоторых случаях яркие эпитеты представителя пресс-службы не соответствуют реальной картине. Безусловно, в каких-то ситуациях мы сталкиваемся с простым человеческим пристрастием, ведь работники спортивного клуба нередко являются его болельщиком, однако иногда манипуляция маскируется под естественное равнодушие. Делается это для эмоционального воздействия на аудиторию. Благодаря ярким эпитетам у людей складывается ощущение, что происходящее на стадионе носит особенный характер. У них вырабатывается адреналин, который перерастает в желание посетить следующую игру. После нескольких походов на матчи человек может найти компанию, которая будет мотивировать его чаще приходить на стадион. Существует и другой вариант: человек приведёт с собой своих близких. Второй сценарий наиболее выгоден для клуба, однако и первый случай делает манипуляцию эффективной.

Ещё один вид контента – поздравления, напоминания о тех или иных достижениях людей, ассоциируемых с организацией. Здесь можно увидеть как внутреннюю, так и внешнюю манипуляцию. Рассуждая о воздействии на аудиторию, важно отметить, что корпорация, помнящая о достижениях своих сотрудников, вызывает положительную ассоциацию у людей. Ощущение, что клубу не плевать на своих бывших игроков, формирует симпатию, а иногда и вовсе заставляет переживать за организацию и её представителей. Внутренняя

манипуляция может быть направлена как на членов компании, так и на людей, от которых зависит её судьба. Спортсменам, как и любому человеку, приятно слышать тёплые слова в свой адрес. Здесь, как и в случае с фотографиями, можно мотивировать человека. Положительные эмоции разбудят в нём желание отдать все силы ради достижения поставленной цели. Поздравление руководителей является не только данью уважения, но и попыткой эмоционального вовлечения. Несколько приятных слов могут способствовать решению разного рода проблем клуба и даже увеличению финансирования организации. Нельзя забывать, что за статусом и богатством скрываются чувства, присущие любому человеку. Представители пресс-служб, осознавая это, получают возможность не только улучшить дела клуба, но и поспособствовать формированию положительного имиджа, поскольку человеческая открытость имеет, скорее, позитивную коннотацию.

Отдельно стоит отметить YouTube-каналы. Далеко не все считают знаменитый видеохостинг социальной сетью. С одной стороны, ресурс создан для хранения видео, однако в наши дни YouTube – это не просто площадка для размещения роликов. В первую очередь стоит отметить комментарии. Там пользователи могут общаться не только с автором видео, но и друг с другом. Для дополнительной интерактивности была создана вкладка «Сообщество». В ней создатель учётной записи может размещать как тексты, так и изображения. Раздел похож на Telegram-канал, а также на стену во «ВКонтакте». Наша точка зрения находит подтверждение и на официальном сайте Роскомнадзора. В 2021 году ведомство включило YouTube в реестр социальных сетей наряду с «Facebook», «Twitter», «Instagram», уже упомянутым «ВКонтакте» и другими ресурсами [7]. Таким образом, видеохостинг можно рассматривать как социальную сеть. Контент, публикуемый в YouTube, отличается в зависимости от желания клуба развивать свои социальные сети. Организации, ориентированные на раскрутку собственного бренда, устраивают коллаборации, снимают различные юмористические шоу с участием спортсменов, готовят влоги с матчей, проводят прямые трансляции с клубных мероприятий и т.д.

Корпорации, не сильно задумывающиеся о своём имидже, ограничиваются записями программных интервью, а также трансляциями пресс-конференций, необходимых для соблюдения регламента соревнования. В некоторых случаях в роликах даже можно встретить звуковые помехи. По степени воздействия на чувства аудитории видео стоит сравнить с фотографиями. Разница в силе этого эффекта. Ролики, в отличие от изображений, имеют звуковую дорожку. Таким образом, потребитель контента получает ещё более приближённую к реальности картину мира. Он не только видит событие, но и слышит происходящее вокруг него. Если говорить о цензуре, то она, как и в случае с фотографиями, является работой над формированием необходимого для организации восприятия.

Таким образом, нами были рассмотрены не только виды контента, публикуемые пресс-службами спортивных клубов в социальных сетях, но и методы эмоционального воздействия на аудиторию, способные сформировать у людей искажённую картину реальности.

Список литературы

1. Бузович А., Шакун Е. *Пресс-служба как фактор конкурентоспособности футбольного клуба // Научная перспектива. – 2015. – № 12. – С. 53–59.*
2. Гнетнёв А., Филь М. *Современная пресс-служба. – Ростов на/Д., 2010. – 414 с.*
3. Гримов О. *Самопрезентация личности в социальных сетях. – Курск, 2013. – 59 с.*
4. Кузнецов М., Цыкунов И. *Практическая психология PR и журналистики. Как позволить другим делать по-вашему. – М., 2002. – 148 с.*
5. Маркс К., Энгельс Ф. *Сочинения. Т. 13. М., 1959.*
6. Мишушин А.С. *Специфические особенности работы пресс-служб футбольных клубов // Вестник Тамбовского университета. Серия Общественные науки. – 2018. – Т. 4. – № 13. – С. 76–79.*
7. *Роскомнадзор приступил к формированию реестра социальных сетей // <https://rkn.gov.ru/news/rsoc/news73860.htm>*

8. Тоффлер Э. Шок будущего. – М., 2002. – 557 с.
9. Хорошилов А. Фотография и визуальное восприятие // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 1. – 2015. – № 1. – С. 33–40.

УДК 366.636

ББК 76.0

БАСНЯ ЭЗОПА «ВОРОН И ЛИСА» И БАСНЯ КРЫЛОВА «ВОРОН И ЛИСИЦА». К ДРЕВНЕГРЕЧЕСКИМ КОРНЯМ РУССКИХ БАСЕН

*И.Ф. Тагирбекова, Московский университет имени А.С. Грибоедова,
г. Москва, Россия*

AESOP'S FABLE "THE RAVEN AND THE FOX" AND KRYLOV'S FABLE "THE CROW AND THE FOX". TO THE ANCIENT GREEK ROOTS OF RUSSIAN FABLES

I.F. Tagirbekova, A.S. Griboyedov Moscow University, Moscow, Russia

Аннотация. В статье рассматривается переложение басни Эзопа И. А. Крыловым, с учетом таких составляющих, как форма произведения, литературный стиль, выраженность образов. Прослеживается нить формирования басни, как жанра литературы, объясняется, как она возникла. Рассматривается фигура Эзопа и его влияние на зарождение басни. Ко всему прочему здесь также упоминаются имена Лафонтена, Тредиаковского, Сумарокова и Дмитриева, и уже на их фоне говорится о вкладе Крылова в развитие басни.

Ключевые слова: Басня, баснописец, иносказательный смысл, выраженность образа, персонаж, народ.

Abstract. The article discusses the interpretation of Aesop's fable by I.A. Krylov, taking into account such components as the form of the work, literary style, and the expression of images. The thread of the formation of the fable as a genre of literature is traced, the figure of Aesop and his influence on the origin of the fable are considered. In addition, the names of La Fontaine, Trediakovsky, Sumarokov and Dmitriev are also mentioned here, and already against their background it is said about Krylov's contribution to the development of the fable.

Keywords: Fable, fabulist, allegorical meaning, expression of the image, character, people.

E-mail: mira.lermontovna@yandex.ru

Для большего понимания научного объекта данной темы раскроем само определение термина “басня”. Что она из себя представляет? Что было предпосылкой возникновения этого жанра? Для каких целей впоследствии использовался? Ответы на эти вопросы можно найти в работе “О поэтах” М.Л.Гаспарова. Как известно, миф использовался древним человеком для

объяснения большинства непонятных ему явлений: если сверкает молния - боги гневаются, если беда в доме, значит неугодил высшим силам и тому подобное. На вопрос: “как устроен этот мир? Человек отвечал себе мифом” - пишет в своём очерке Гаспаров [1, с. 221]. Но что же басня? Какова её роль во всём этом? Суть в том, что древних предков так же интересовала проблема: “как должен вести себя в этом мире человек?” [1, с. 221], филолог поясняет, что “на второй вопрос человек отвечал себе басней” [1, с. 221]. Собственно, получается, что басня, ещё в самые ранние годы своего появления носила познавательный характер, имела гедонистическую функцию. Причиной ее возникновения по Гаспарову, является обыкновенное человеческое желание предостеречь, предупредить близкого: “Не делай так, так поступать - всё равно если бы кто-нибудь...” [1, с. 221]. Эта обыденная ситуация со временем всё больше и больше обростала различными примерами из жизни людей, “конкретный пример перестает быть рассказом о единичном жизненном факте и становится обобщенным изображением целого ряда аналогичных случаев” [1, с. 221]. Именно так и зарождается басня.

Заглянем литературную энциклопедию терминов и понятий под ред. А.Н.Николюкиина. Итак, “басня - жанр дидактической литературы: короткий рассказ в стихах или прозе с прямо сформулированным моральным выводом, придающим рассказу аллегорический смысл” [4, с. 73]. Известна связь этого понятия со сказками, особенно ярко эта нить прослеживается с помощью центральных образов - говорящих зверей. Очень редко героями в баснях выступают сами люди, допускается лишь использование обобщенных понятий, что выражают собой сразу целый класс, сословие и тому подобное:

Змея к крестьянину пришла проситься в дом,

Не по-пустому жить без дела,

Нет, нянчить у него детей она хотела:

Хлеб слаще нажитый трудом!

В этом и заключается иносказательный смысл басни: под маской звероподобного героя может скрываться конкретный адресат.

Зачинателем этого жанра считается Эзоп – древнегреческий поэт, баснописец. Вопрос о том, является ли Эзоп исторической личностью - сложный вопрос, так как впервые о нём мы узнаем от Геродота в его “Истории” [2, с. 134].

Оказывается, что поэт был рабом некоего Иадмона, этот довод древнегреческий историк доказывает словами: “Когда дельфийцы много раз по велению оракула вызывали, кто мог бы получить выкуп за убитого у них Эзопа, никто не объявлялся; наконец, получил выкуп внук того Иадмона, тоже Иадмон, - следовательно, и Эзоп принадлежал Иадмону” [2, с. 134]. Собственно, из отрывка можно сделать вывод, что проживал баснописец в первой трети VI века, так как фараон Амасис, упомянутый в неуказанной здесь части отрывка правил в 570 г. до н. э., к тому же известная многим поэтесса Сапфо, имя которой так же упоминается в отрывке, проживала именно в этот период (625 – 568 гг. до н.э.). “Родом она была фракиянка, рабыня самосского жителя Иадмона, а ее товарищем по рабству был баснописец Эзоп” [2, с. 134] – гласит ещё одно предложение из фрагмента “Истории” Геродота, что позволяет нам сделать вывод о месте проживания (не Родине) древнегреческого баснописца – Самоссе. Стоит подметить и то, что Эзоп видимо какое-то время находился в Дельфах и был убит там за что-то (за что именно неизвестно). К сожалению, это весь тот арсенал фактов о поэте, которые мы имеем на сегодняшний день. Остальное – миф и легенды, что развиваются, опираясь на абсолютно непонятные доводы. Эти самые доводы и создают образ несуразного, некрасивого фригийского раба-мудреца-шутника, который впоследствии станет определяющим и навсегда закрепится за Эзопом. Называется даже причина гибели поэта в Дельфах:

– Эзоп однажды в Дельфах...

– Мне плевать на то!

– Был обвинен, что чашу спер в святилище,

И рассказал дельфийцам, как однажды жук...

– С жуками вместе провались, негоднейший! [1, с.236]

Все эти различные легенды и рассказы о жизни и личности Эзопа в конце концов были объединены в "Жизнеописание Эзопа" ("Повесть о Ксанфе-философе и Эзопе, его рабе, или Похождения Эзопа") [5, с. 7–62].

Существовал ли Эзоп действительно или же его сборник басен принадлежит вовсе не ему - вопрос достаточно спорный. Но тем не менее его считают автором почти всех известных на сегодняшний день апалогов, и его работы активно пытались перевести с греческого на русский, французский и так далее.

Один из таких переводчиков Жан де Лафонтен - французский баснописец, которого считают создателем литературного жанра басня. В его творчестве аполог обретает новое обличье. Ранние его работы - перевод Эзопа на французский язык, но с течением времени Лафонтен “отправляется в свободное плавание” и создаёт свой подход к басням, которые значительно отличаются от стиля древнегреческого поэта. Французский баснописец использует басню для выражения собственных мыслей, переживаний и идей, нравоучения, что являются главной составляющей работ Эзопа, отходят в таком случае на второй план. Его творчество в большей степени было популярно среди слоёв элиты, при этом, конечно, представителей высшей власти Лафонтен с его баснями, которые имели иносказательный смысл и обличали всю их политику, не устраивал и “раздражал”.

Труды Лафонтена оказали последующее влияние на русских баснописцев, среди которых В. К. Тредиаковский, А.П. Сумароков, И. И. Дмитриев и другие. Но особо сильно в этих рядах выделяется фамилия И. А. Крылова, который, несомненно внёс большой вклад в развитие и распространение жанра басни. В наше время не редкость наткнуться на слова о том, что Крылов - человек бессовестный и просто вор, incapable создать что-то своё собственное. В таких речах часто мельтешат вопросы: “За что его так хвалят?” “Что он такого совершил, ведь переводили и до него?”. Ответ на эти вопросы максимально прост и лаконичен: Крылов сделал басню доступной и близкой народу. Всё, что простой люд читал и видел в работах баснописца, находило отклик в его душе, потому что используемые образы, приемы, лексика - всё это было обычному человеку знакомо, так как затрагивало его быт.

Занимаясь переводом Эзоповских басен, Крылов хорошо поработал над формой, превратив древнегреческую прозаическую в свою стихотворную. Он снабдил свои басни звучностью, легкостью, что было не знакомо Эзоповскому источнику, так как его текст краток и лаконичен. Это можно наблюдать на примере басни “Ворон/ворона и лисица”:

Ворон унес кусок мяса и уселся на дереве. Лисица увидела, и захотелось ей заполучить это мясо. Стала она перед вороном и принялась его расхваливать: уж и велик он, и красив, и мог бы получше других стать царем над птицами, да

и стал бы, конечно, будь у него еще и голос. Ворону и захотелось показать ей, что есть у него голос; выпустил он мясо и закаркал громким голосом. А лисица подбежала, ухватила мясо и говорит: «Эх, ворон, кабы у тебя еще и ум был в голове, — ничего бы тебе больше не требовалось, чтоб царствовать». Басня уместна против человека неразумного [5, с. 100].

Вороне где-то бог послал кусочек сыру;
На ель Ворона взгромоздясь,
Позавтракать было совсем уж собралась,
Да призадумалась, а сыр во рту держала.
На ту беду Лиса близехонько бежала;
Вдруг сырный дух Лису остановил:
Лисица видит сыр, Лисицу сыр пленил.
Плутовка к дереву на цыпочках подходит;
Вертит хвостом, с Вороны глаз не сводит
И говорит так сладко, чуть дыша:
«Голубушка, как хороша! [3, с. 7]

Нетрудно заметить, насколько иначе звучит отрывок из переложения Крылова. У поэта не только вся басня в целом, но и отдельные слова имеют своё значение, он употребляет их не спроста. Так, например, “На ель Ворона взгромоздясь” [3, с. 7] – отрывок, который характеризует образ птицы в басне. Это еще одна особенность, свойственная русскому баснописцу: звери, люди (все в общем смысле) здесь обретают свой собственный характер, это не просто пустой персонаж, что находится на услужении своего автора и передает иносказательный смысл басни. У Крылова ворона не просто села на дерево, она него взгромоздилась, то есть ей далось это с трудом, что собственно уже создает образ тяжелого, неповоротливого персонажа. Лисица в свою очередь “к дереву на цыпочках подходит” [3, с. 7]. О чем это говорит? Конечно об осторожном, хитром, изворотливом характере зверя. И для простого народа, эти диалоги и образы персонажей вышеупомянутой басни были ясны и понятны, потому что Крылов делает свой язык доступным для него, не использует слишком сложную лексику, превращает прозаическую форму в звучную

стихотворную, да и сам образ лисицы народу уже был знаком, так как лиса издавна считалась зверем хитрым.

Список литературы

1. Гаспаров М. Л. *Избранные труды: В 3 т. – Т. 1. О поэтах.* – М., 1997.
2. Геродот. *История. Кн 2. Перевод и примечания Г. А. Стратановского.* М., 1972.
3. Крылов И. А. *Басни / Издание подготовил А. П. Могиланский.* – М., 1956.
4. *Литературная энциклопедия терминов и понятий / Под ред. А.Н.Николюкина.* – М., 2003.
5. Эзоп. *Басни / Пер. М. Л. Гаспарова.* – М., 1968.

УДК 821.16

ББК 81

К ВОПРОСУ О ПЕРЕВОДЕ РОМАНА СТИВЕНА КИНГА «ОНО» НА НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК

*А.С. Трушина, Московский государственный университет
имени М.В. Ломоносова, г. Москва, Россия*

ON THE QUESTION OF TRANSLATING STEPHEN KING'S NOVEL «IT» INTO GERMAN

A.S. Trushina, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

Аннотация: В статье рассматриваются некоторые аспекты перевода романа Стивена Кинга «Оно» с английского языка на немецкий. Анализируются отдельные переводческие решения. Автор статьи делает вывод о том, насколько оправданными являются переводческие трансформации.

Ключевые слова: роман, текст перевода, текст оригинала, переводческие трансформации.

Abstract: The article discusses some aspects of the translation of Stephen King's novel "It" from English into German. Some translation solutions are analyzed. The author of the article concludes how justified some transformations are.

Keywords: Novel, translation text, original text, transformations.

E-mail: rousebude@rambler.ru

Роман Стивена Кинга «Оно» – одно из самых популярных и любимых произведений писателя, которое было переведено на множество языков. В данной статье мы рассмотрим перевод романа с английского языка на немецкий и проанализируем принятые переводчиками решения.

Для начала необходимо отметить, что в романе описывается небольшой провинциальный город Дерри, в котором и развиваются события. Информация о городе является сюжетообразующей, он описан подробно, автор упоминает много зданий города, мест, важный для детей, главных героев романа. Каждое место, о котором говорит автор, повлияло на мировоззрение персонажей, на их взросление, становление как личностей, на их страхи и привязанности. При этом книги Кинга отличаются собственным уникальным стилем: писатель часто использует метафоры, повторы, различные графические наименования для создания особой поэтики произведения, передачи мыслей и монологов героев. Таким образом, при переводе романа все эти особенности необходимо заметить и сохранить. Описываемые в произведении места играют очень важную роль в повествовании, а их названия многократно повторяются. Соответственно, в их передаче требуется соблюдение единообразия и сохранение образности – читатель должен поверить в созданный Кингом мир, точно так же, как и его герои, понять и полюбить (или же возненавидеть) уголки города Дерри, так тщательно описанные Кингом. Переводной текст должен выглядеть аутентично и правдоподобно. При этом в переводе мы наблюдаем не вполне, на наш взгляд, оправданную тенденцию – оставлять в переводе английские названия топонимов. Так, название реки Кендускиг передается следующим образом: *“The Kenduskeag Stream had crested just below its banks in the Barrens and bare inches below the concrete sides of the Canal which channeled it tightly as it passed through downtown”* [2, с. 4] – *„Der Pegel des Kenduskeag River war knapp unterhalb der Höhe der natürlichen Ufer in den Barrens und der betonierten Kanalmauern in der Innenstadt stehen geblieben, und im Augenblick war eine Gruppe von Männern – darunter auch Zack Denbrough, Georges und Bills Vater – damit beschäftigt, die*

Sandsäcke wegzuräumen, die am Vortag angsterfüllt entlang des Flusses aufgestapelt hatten, als es so aussah, als würde er unweigerlich über die Ufer treten und die Stadt überfluten“ [1, с. 12]. В оригинале речь идет о реке, которая называется Кендускиг, и в данном случае обозначена еще и как «*The Kenduskeag Stream*», то есть «*поток Кендускиг*». Слово «*поток*» здесь не является географическим названием, Кендускиг – это река, а слово «*поток*» используется только для того, чтобы подчеркнуть, какой страшной стала эта река, каким мощным было ее течение во время затяжных дождей, из-за которых она чуть не вышла из берегов и угрожала затопить город. В переводе мы видим добавление слова «*River*», то есть переводчик меняет название реки, при этом избавляясь от слова «*поток*», от значения стремительности, от передаваемого этим словом ощущения угрозы. Причем нельзя сказать, что этим добавлением переводчик что-то объясняет, поскольку он использует английское слово. Слово «*Fluß*» вводится в предложении позже и пояснением считаться не может. Конечно, мы можем предположить, что целевая аудитория произведений такого жанра в Германии владеет английским языком и сможет понять, что речь идет о реке, однако тем самым грубо нарушается целостность немецкого текста, теряется образность, которая есть в оригинале. К тому же мы видим, что переводчик объединил это предложение с двумя последующими. Одно предложение немецкого текста перевода – это три предложения оригинального текста: “*The Kenduskeag Stream had crested just below its banks in the Barrens and bare inches below the concrete sides of the Canal which channeled it tightly as it passed through downtown. Right now a gang of men – Zack Denbrough, George’s and Bill’s father, among them – were removing the sandbags they had thrown up the day before with such panicky haste. Yesterday overflow and expensive flood damage had seemed almost inevitable*” [2, с. 4]. В оригинале находим три предложения, три мысли и три разных временных отрезка: первое предложение и первая мысль – река вышла из берегов; второе предложение и вторая мысль – *сейчас (right now)* мужчины убирают заграждения; третья мысль – *вчера (yesterday)* потоп казался неизбежным. В тексте перевода все эти мысли выражены одним громоздким предложением,

причем стирается и временное разделение – мы видим один четкий маркер – *сейчас (im Augenblick)*, а затем два предложения сливаются друг с другом: вместо двух маркеров в конце одного предложения (*накануне – the day before*) и начале другого (*вчера – yesterday*) у нас остается один – *am Vortag (накануне)*. Таким образом, теряется неспешное, четкое повествование оригинала. Также можем отметить, что текст перевода менее экспрессивен: слово «gang» для обозначения группы людей более разговорное, чем слово «Gruppe».

В этом отрывке мы видим упоминания не только реки Кендускиг, но и других топонимов: the Barrens и the Canal. Автор выделяет эти слова заглавными буквами, давая читателю понять, что речь идет о важных для сюжета местах, ведь, например, слово «canal» – канал – может вовсе не быть названием, а обозначать какой-то неважный для сюжета канал, однако именно так, с заглавной буквы, это название и воспринимают жители Дерри, для которых «the Canal» стало именем собственным. Интересно, что это слово переведено немецким эквивалентом «Kanal», пусть и в составе составного слова. Однако совсем другое решение мы видим по отношению к слову «the Barrens». Это место играет очень большую роль в повествовании, именно там играют главные герои, там они строят свой «клубный дом», отсюда уходят в тоннели под городом, чтобы сразиться с Оно. Жители города называют это место Пустошью – «the Barrens». Вот как это название описывается в тексте романа: «*The southwest was where the land fell away steeply to the area that was known in Derry as the Barrens. The Barrens – which were anything but barren – were a messy tract of land about a mile and a half wide by three miles long*» [2, с. 231] – «*Im Südwesten viel das Land steil zu der Gegend hin ab, die in Derry als die Barrens bezeichnet wurde. Die Barrens – dem englischen Namen nach ein Ödland, tatsächlich aber üppig und fruchtbar – waren ein verwahrlostes Landstück, etwa zweieinhalb Kilometer breit und knapp fünf Kilometer lang*» [1, с. 262]. Итак, переводчики сохраняют английское название местности и дают при этом немецкий эквивалент, призванный объяснить смысл названия, – «Ödland». Нам представляется, что более корректным решением было бы перевести название «the Barrens» именно этим эквивалентом. Сохранение

английского слова нарушает образность текста, выбивается из общей канвы повествования, не позволяет полностью представить себе нужное место – а ведь оно четко описывается одним словом, что ведет в необходимости ввести развернутое пояснение «*dem englischen Namen nach ein Ödland*», которое отвлекает внимание читателя от текста и напоминает ему, что перед ним перевод, а не оригинал. Кроме того, стиль автора тоже страдает, теряется игра слов: «*The Barrens*» – «*which were anything but barren*», которую можно было бы легко сохранить, если бы переводчик передал название местности немецким эквивалентом.

Таким образом, в переводе романа Стивена Кинга «Оно» с английского языка на немецкий ряд переводческих решений можно считать неоправданным. Одни топонимы переведены на немецкий язык эквивалентом, другие не переведены и снабжены пояснением, в отдельных случаях пояснения вовсе нет. При переводе теряется образность, игра слов и эмоциональность оригинала.

Список литературы

1. King S. *ES*. – München: Heyne, 2017. – 1534 s.
2. King S. *IT*. – Falkirk: Hodder and Stoughton, 2017. – 1376 s.

УДК 821.16

ББК 81

К ВОПРОСУ О ПЕРЕВОДЕ СКОРОГОВОРКИ В РОМАНЕ СТИВЕНА КИНГА «ОНО» НА НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК

*А.С. Трушина, Московский государственный университет
имени М.В. Ломоносова, г. Москва, Россия*

ON THE QUESTION OF TRANSLATING A TONGUE TWISTER IN STEPHEN KING'S NOVEL «IT» INTO GERMAN

A.S. Trushina, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

Аннотация: В статье рассматривается перевод скороговорки из романа Стивена Кинга «Оно» с английского языка на немецкий. Рассказывается о происхождении данной фразы.

Объясняется, какие искажения допущены переводчиком и почему перевод скороговорки можно считать неудачным.

Ключевые слова: скороговорка, аллюзия, роман, текст перевода, текст оригинала, переводческие трансформации.

Abstract: The article deals with the translation of a tongue twister from Stephen King's novel «It» from English into German. It tells about the origin of this phrase. It explains what distortions were made by the translator and why the translation of the tongue twister can be considered unsuccessful.

Keywords: tongue-twister, allusion, novel, translation text, original text, transformations.

E-mail: rousebude@rambler.ru

В романе Стивена Кинга «Оно» важную роль играет скороговорка, которую произносит главный герой произведения Заика-Билл. Мы обратимся к анализу перевода этой считалки с английского языка на немецкий.

Оригинал скороговорки в романе звучит следующим образом: «*He thrusts his fists against the posts and still insists he sees the ghosts*» [2, с. 726]. Он переведен на немецкий следующим образом: «*Im finstren Föhrenwald, da wohnt ein greiser Meister. Er ficht gar furchtlos kalt sogar noch feiste Geister*» [1, с. 802]. В оригинальном тексте есть несколько важных смыслов, которые необходимо сохранить. Эту скороговорку произносит главный герой романа, Билл Денбро, Заика-Билл, мальчик, который верит: если он произнесет скороговорку, не заикаясь, он сможет снова заслужить любовь родителей и победить свои страхи. Важно, что в тексте скороговорки есть местоимение *he* – он, благодаря которому мы можем ассоциировать ее героя с самим Биллом. Второй важный смысловой компонент – слово *ghosts*, призраки. В главе, в которой мы впервые встречаем скороговорку, повзрослевший Билл действительно видит призрака – призрака ушедшего детства. Именно так и называется часть главы, в которой описывается эта ситуация: «*Bill Denbrough Sees a Ghost*», что на немецкий язык переведено как «*Bill Denbrough sieht ein Gespenst*». Слово «*ghost*» переведено немецким эквивалентом «*Gespenst*» – призрак: призрак как призрак прошлого.

Перевод скороговорки, однако, не отражает смыслов оригинала. Вместо абстрактного *he* – он, местоимения, благодаря которому становится возможной связь главного героя романа и героя скороговорки, мы видим совершенно другого персонажа – *ein greiser Meister* – седого хозяина, или, возможно мудреца,

конкретное лицо, взрослого, даже старого человека, с которым мальчик одиннадцати лет вряд ли сможет себя ассоциировать. Кроме того, большую конкретность переводу придает указание точного места – «*Im finstren Föhrenwald*» – «в темном сосновом бору», что является неоправданным добавлением. Загадочная, таинственная атмосфера оригинала нарушается из-за указания конкретного человека и конкретного места. Однако еще более грубым нарушением является перевод слова «*ghosts*» словом «*Geister*», которое имеет значение «духи», а не «призраки». Как уже было сказано выше, речь в повествовании идет о призраках прошлого, а не о каких-то о пугающих духах. При этом скороговорка в переводе гораздо длиннее, чем в оригинале (в переводе 25 слогов, а в оригинале – всего 16).

На самом деле говорить о том, что приведенный текст – это скороговорка, не совсем верно. Да, в романе эта фраза выполняет именно такую функцию, однако в действительности это цитата из безымянного стихотворения (предположительно 1843 года): «*Amidst the mists and fiercest frosts, With barest wrists, and stoutest boasts, He thrusts his fists against the posts, And still insists he sees the ghosts*», которое, в свою очередь, цитируется в научно-фантастическом романе американского писателя немецкого происхождения Курта Сиодмака «Мозг Донована» («*Donovan's Brain*») (1942) [3]. В целом можно было бы сохранить аллюзию хотя бы на роман (поскольку перевода стихотворения на немецкий язык нет), однако в тексте перевода романа мы видим передачу этой скороговорки немецкой: «*Auf zwei sich spreizenden Zweigen saßen zwölf zwitschernde Spatzen – zwölf zwitschernde Spatzen saßen auf zwei sich spreizenden Zweigen*». Конечно, по смыслу такой вариант перевода (замена считалки на немецкоязычную без учета того значения, который вкладывал в нее автор) не подойдет.

Интересно отметить, что в фильме «Оно» 2017 года, переведенном на немецкий язык, данная фраза звучит так: «*Er rammt die Fäuste gegen Pfosten, der Glaube an die Geister kann nichts kosten*». Здесь сохранено местоимение он – er, слогов меньше, чем в переводе книги – 20. Тем не менее, размер стихотворных

строк не соблюден до конца, и мы по-прежнему видим слово «*Geister*» (духи), а не «*Gespenster*» (призраки).

Отметим также, что длина приведенной переводчиком считалки вынуждает его существенно ее сокращать и использовать только половину фразы. Например, Билл повторяет в уме скороговорку целиком, готовясь правильно произнести ее, чтобы добиться расположения родителей: «Sometimes, after, he would go up to his room and lie on his bed, holding his griping stomach, and think: *He thrusts his fists against the posts and still insists he sees the ghosts*» [2, с. 810] – «Hinterher ging er manchmal in sein Zimmer, legte sich aufs Bett, hielt sich den scmerzenden Magen und dachte: *Er ficht gar furchtlos kalt sogar noch feiste Geister*» [1, с. 895]. Переводчик оставляет только вторую половину скороговорки, которая оказывается короче, чем оригинальная. Конечно, она подходит сюжету больше первой, в которой говорится о старике и темном лесе, однако все равно не отражает страха мальчика сначала перед призраком умершего брата, а потом взрослого мужчины перед призраками прошлого. Слово «*Geist*» слишком сильно искажает смысл текста.

Рассмотрим, как Стивен Кинг обыгрывает скороговорку в тексте романа, в момент решающего столкновения Билла и Оно (табл. 1).

Таблица 1

Оригинальный текст	Перевод на немецкий язык
<p>Thrown – (<i>he</i>)</p> <p>No, not thrown, <i>fired</i>, fired like a living bullet, like the Human Cannonball that was at the Shrine Circus that came to Derry each May. He was picked up and heaved across the Spider’s chamber. <i>It’s only in my mind!</i> he screamed at himself. <i>My body’s still standing right there, eye to eye with It, be brave, it’s only a mind-trick, be brave, be true, stand, stand –</i> (<i>thrusts</i>)</p>	<p>Geworfen... (<i>Im</i>)</p> <p>Nicht geworfen, nein, <i>abgefeuert</i>, abgefeuert wie eine lebendige Kugel, abgefeuert wie die Menschliche Kanonenkugel im Shrine-Zirkus, der jedes Jahr im Mai nach Derry kam. Er wurde hochgerissen und durch die Behausung der Spinne katapultiert. <i>Das ist nur in meinem Kopf!</i>, schrie er sich selbst zu. <i>Mein Körper steht immer noch da, Auge in Auge mit Ihm, sei tapfer, es ist nur eine Geistestäuschung, sei tapfer, sei standhaft, halt durch, halt durch...</i> (<i>finstren Föhrenwald</i>)</p>

Roaring forward, slamming into a black and dripping tunnel lined with decaying, crumbling tiles that were fifty years old, a hundred, a thousand, a million-billion, who knew, rushing in deadly silence past intersections, some lit by that twisting green-yellow fire, some by glowing balloons full of a ghastly white skull-light, others dead black; he was thrown at a speed of a thousand miles an hour past piles of bones, some human, some not, speeding like a rocket powered dart in a wind-tunnel, now angling upward, but not toward light but toward dark, some titanic dark

(his fists)

and exploding outward into utter blackness, the blackness was everything, the blackness was the cosmos and the universe, and the floor of the blackness was *hard, hard*, it was like polished ebonite and he was skidding along on his chest and belly thighs like a weight on a shuffleboard. He was on the ballroom floor of eternity, and eternity was *black*.

(against the posts)

[2, c. 1274–1275]

Er sauste dahin, schoss in einen schwarzen, tropfenden Tunnel hinein, dessen Wände aus zerfallenden, abbröckelnden Ziegeln bestanden, die fünfzig oder hundert oder tausend Jahre alt sein mochten, wer wusste das schon, eine Million, eine Milliarde Jahre alt; er schoss in tödlicher Stille an unzähligen Kreuzungen vorbei; manche wurden von jenem zuckenden grünelben Feuer erhellt, manche von schimmernden Luftballons, in denen ein gespenstisches weißes totes Licht glühte, manche waren auch gähnend schwarz; er wurde mit einer Geschwindigkeit von tausend Kilometern pro Stunde durch den Raum geschleudert, an Bergen aus menschlichen und nicht menschlichen Knochen vorbei, pflog wie ein Pfeil mit Raketenantrieb durch einen Windkanal, wurde in schrägem Winkel weiter nach oben geschleudert, aber nicht auf ein Licht, sondern auf eine Finsternis zu, auf eine große, ungeheure Finsternis zu ...

(da wohnt)

Und schoss hinaus in eine totale Schwärze; diese Schwärze war alles, war der Kosmos, war das Universum, und der Boden dieser Schwärze was *hart, hart*, er wie poliertes Hartgummi, und er schlitterte auf Brust, Bauch und Hüften über diesen harten Boden wie eine Disk auf einem Shuffleboard. Er war auf dem Boden des Ballsaals der Ewigkeit, und die Ewigkeit war *schwarz*.

(ein greiser Meister)

[1, c. 1415]

Как мы видим из этого отрывка, части, на которые фраза разделена в оригинале, всегда несут в себе некоторый смысл: *(he) (thrusts) (his fists) (against the posts)*, представляя собой полноценные слова, в то время как в переводе допускается деление фразы на слова и предлоги, например, *(Im)*, что ведет к утрате образности произведения.

Таким образом, перевод фразы «*He thrusts his fists against the posts and still insists he sees the ghosts*» из романа Стивена Кинга «Оно» на немецкий язык можно считать некорректным. Текст перевода не отражает смысла исходной фразы и мешает целостному восприятию фрагментов произведения, что искажает художественный замысел автора.

Список литературы

1. King S. *ES*. – München: Heyne, 2017. – 1534 S.
2. King S. *IT*. – Falkirk: Hodder and Stoughton, 2017. – 1376
3. S.Siodmak C. *Donovans Gehirn*. URL.: <https://www.kostenlosonlinelesen.net/kostenlose-donovans-gehirn/lesen/35> (дата обращения: 12.11.2022).

УДК 070
ББК 76.0

РЕПУТАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ ДИНЫ РУБИНОЙ КАК ПИСАТЕЛЯ В КОНТЕКСТЕ КОНВЕРГЕНТНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ: ФОРМАТЫ, КАНАЛЫ, ЖАНРЫ

М.С. Устинова, Институт международного права и экономики имени А.С. Грибоедова, г. Москва, Россия

DINA RUBINA'S REPUTATION STRATEGY AS A WRITER IN THE CONTEXT OF CONVERGENT JOURNALISM: FORMATS, CHANNELS, GENRES

M.S. Ustinova, A.S. Griboyedov Institute of International Law and Economics, Moscow, Russia

Аннотация. Данная статья посвящена изучению формирования репутационной стратегии русского писателя Дины Ильиничны Рубиной в контексте конвергентной журналистики путем изучения интервью с участием писательницы и статей с упоминаниями

о ней с целью построения тактики создания литературной репутации писателя с помощью конвергентных СМИ. Статья полезна для специалистов таких сфер как журналистика, реклама и продюсирование, а также для студентов высших образовательных заведений для общего ознакомления и обмена опытом.

Ключевые слова: репутационная стратегия, репутация, имидж, СМИ, конвергентная журналистика.

Abstract. This article is devoted to the study of the formation of the reputation strategy of the Russian writer Dina Ilyinichna Rubina in the context of convergent journalism by studying interviews with the writer and articles with references to her in order to build tactics for creating a literary reputation of the writer with the help of convergent media. The article is useful for specialists in such fields as journalism, advertising and production, as well as for students of higher educational institutions for general acquaintance and exchange of experience.

Key words: reputation strategy, reputation, image, mass media, convergent journalism.

E-mail: mary.mi.26@yandex.ru

В современном мире каждый человек подвержен социальной оценке со стороны общества. Будь человек личностью медийной, известной в кругах бизнеса, политики или науки, или же простым офисным работником; в кругу семьи, друзей, коллег – абсолютно всегда человек попадает под критику со стороны, всегда идет оценка его характера, внешнего вида, навыков общения, ведения социальных сетей и прочих жизненных факторов со стороны общества.

Общественное мнение о каком-либо человеке, является он знаменитостью или нет, складывается из множества аспектов. Однако если с ближним кругом, с коллегами человек может установить личный контакт, поддерживать его какое-то время и влиять на чужое мнение о себе непосредственно прямым общением и каким-либо взаимодействием, знаменитостям и публичным личностям приходится прибегать к помощи СМИ и других различных источников и мероприятий, которые позволяют обществу узнавать важные новости и знакомиться с человеком через предоставленную информацию.

Каждая публичная личность, продвигающая в массы свои идеи, взгляды и продукты науки или творчества, старается создать особый запоминающийся, оригинальный имидж, выделяющий человека из массы других деятелей разных сфер. В случае медийных лиц и знаменитостей репутация и имидж играют огромную роль в продвижении их деятельности. Хорошая репутация – залог успеха личности, его продукта или даже целой компании, с которой он связан.

Данная статья направлена на изучение процессов, методов и технологии создания репутации в сфере культуры и искусства, в частности в рамках литературы и писательской карьеры. Вопрос литературной репутации и репутации писателей по-своему необычен и интересен для изучения, так как это те же знаменитости, однако о них, как правило, мы знаем меньше всего.

О самых известных писателях, русских или зарубежных классиках, о писателях древности мы можем узнавать по большей части лишь из их личных писем и со слов их окружения. Истории их жизни доходят до нас в автобиографиях, личных дневниках, газетных статьях и интервью, а также в упоминаниях о них кем-либо не менее известным, чем они сами. Так мы формируем их образ в своей голове и даем оценку их образу жизни.

В современном же мире, в век технологического прогресса, способов создания репутации и имиджа стало в разы больше. Через сеть Интернет, который включает в себя огромное множество каналов и площадок, а также через телевидение и радиовещание, через СМИ разносится по миру невероятный массив самой разной информации, воздействующей на сознание людей и формирующей то или иное мнение о чем бы то ни было.

В данной работе освещается тема репутационной стратегии писателя в рамках конвергентных СМИ, рассматривается тенденция развития конвергентной журналистики и выявляются способы, методы и пути создания образа писателя через СМИ со всем его многообразием.

Начиная знакомство с понятием конвергентной журналистики, необходимо иметь понимание того, что же такое журналистика. Под журналистикой подразумевается деятельность по сбору, обработке и периодическому распространению информации с помощью различных каналов массовой коммуникации.

Журналистика по природе своей является одной из форм массовой коммуникации, которая заключается в общественной деятельности по сбору, обработке и распространению информации через средства массовой информации и отличается такими чертами, как значимость, необходимость,

доступность и тиражность. Информация, которую транслирует журналистика, отвечает на важные для изучения происходящего в мире или чьей-либо жизни и деятельности вопросы: кто, что, где, когда, как и почему.

Журналистика направлена на предоставление аудитории достоверной, актуальной, понятной и важной информации.

Мир никогда не стоял на месте, каждая сфера жизни человека с прогрессом и эволюцией подвергалась трансформации. С технологическим процессом темп развития общества резко возрос, как увеличился и массив информации. В настоящее время человек каждый день сталкивается с огромным потоком информации.

Журналистика и раньше пользовалась множеством каналов для передачи различной информации, а с развитием технологий и сети Интернет людям стал доступен самый различный контент, который они потребляют ежедневно. Так средства массовой информации получили еще больше возможности воздействия на человеческое сознание. Охватывая множество современных каналов передачи информации, журналистика вышла на новый уровень влияния в жизни общества.

Весомые перемены в традиционных формах и каналах СМИ в процессе технологического прогресса были неизбежны. В настоящее время все существующие информационные агентства и издательства находятся в постоянном поиске наиболее оптимальной и эффективной организации ведения политики СМИ. В процессе перестройки традиционных редакций, СМИ вышли в мультимедийный формат, что повлекло за собой «конвергентный» скачок, который определил настоящее направление развития средств массовой информации и журналистики [3, с. 5].

Само слово «конвергенция» берет свои истоки от латинского «convergo» – сближаться, сходиться к одному центру. Существует множество определений данного термина, чаще они кардинально отличаются друг от друга в зависимости применения термина для той или иной сферы деятельности. Конвергенция в случае журналистики – централизация различных каналов и форм трансляции информации в одном ресурсе. «Конвергентным» скачком называют ускоренный

процесс интеграции информационных и коммуникативных технологий в единый информационный ресурс или процесс взаимодействия разных средств массовой информации для создания и распространения общего контента [5, с. 10].

Конвергентные СМИ отличаются от традиционных новизной и инновационностью своего инструментария, новым подходом к содержанию, а также к формированию редакции, постановке и распределению задач между сотрудниками.

Профессором Качкаевой А.Г. были выделены следующие **типы конвергенции**: конвергенция как новый вид подачи информации; как «переупаковка»; как бизнес-стратегия медиахолдинга; как тактика; как катализатор изменения подхода к сбору и производству информации [3, с. 60–61].

В рядах современных средств массовой информации в настоящее время из-за постоянных изменений стали выделять целые жанры конвергентной журналистики, объясняя особенность данной тенденции развития журналистики. Некоторые жанры остались в первоначальном своем виде, сохранив традиционные истоки. Они развиваются линейно, подстраиваясь под новые реалии, в которых сейчас существуют средства массовой информации. Некоторые же – принципиально новые.

Конвергентные процессы в медийной индустрии в настоящее время происходят не только на трех определенных в ходе исследования уровнях: технологическом, экономическом и профессиональном. Она также способствует размытию границ между жанрами и заставляет перестраивать ход работы в различных ситуациях при сборе информации. Благодаря конвергентным средствам массовой информации общество имеет доступ к самым разным видам и формам контента, будь то видео, аудио или текстовые материалы.

Конвергентная журналистика поспособствовала развитию СМИ во многих сферах человеческой жизнедеятельности. Благодаря «новым медиа» упростилась задача по коммуникации с аудиторией, контент, выдаваемый в массы, стал во многом разнообразнее и доступнее, из-за чего увлеченность СМИ

со стороны аудитории также возросла. Возросло и влияние средств массовой информации на сознание человека, что помогает СМИ не терять своей актуальности и держаться на вершине информационной цепочки.

Для формирования имиджа и репутации отдельной медийной личности или какой-либо компании, бренда, группы обязательно создается определенная концепция и разрабатывается стратегия. Имея известность в общественности, важно грамотно формировать свой образ и усердно работать над факторами, которые улучшают и укрепляют репутацию [7, с. 66].

Репутационная стратегия в формировании репутации отдельной личности – это долгосрочный план, нацеленный на формирование и укрепление репутации посредством участия в различных мероприятиях, продвижения себя и своего творчества. Все это подкрепляется достоверными данными и документами, которые способствуют завоеванию доверия у целевой аудитории [8, с. 101].

В настоящее время способов продвижения огромное множество, как и различных мероприятий – конкурсных, благотворительных, премий, концертов и прочих. Все мероприятия активно освещаются СМИ, что способствует формированию определенной репутации у каждого участвовавшего. Однако каждое мероприятие по-своему специфично. Если интервью на каком-либо канале больше нацелено на создание благоприятного имиджа, то посещение литературной премии или встреча с читателями, в случае Дины Рубиной, участвуют уже и в формировании литературной репутации. Также СМИ помогают в продвижении. В современном мире, благодаря конвергенции в средствах массовой информации, развитие различных платформ, транслирующих информацию в массы, стало новым веянием в сфере реализации репутационной стратегии и имиджевой концепции.

В традиционном жанре конвергентной журналистики – в жанре **медиа**, где конвергенция происходит на одном или максимум двух уровнях. Для выявления репутационной стратегии Дины Рубиной следует понаблюдать за фигурированием имени писательницы и ее достижений либо только в печатном

варианте в газете или интернет-издании, либо на одной-двух платформах теле-/радиовещания.

Положительно на формирование и поддержание репутации влияют не просто интервью, а такие встречи с читателями, студентами или сторонней публикой, где все участвующие могут почувствовать себя журналистами. Одной из таких встреч стало посещение Диной Рубиной филологического факультета одного из московских вузов. Встреча проходила в очном формате под запись. Эта запись в дальнейшем была выложена на YouTube канале вуза под названием: «В будущем нами будут управлять те самые люди, которые читают книги» (04.04.2016) [2].

Такие встречи выстраивают вокруг писательницы стабильную положительную репутацию автора, явно интересующегося будущим страны, в которой она родилась. Она с удовольствием делится своим опытом с подрастающим поколением будущих специалистов и прививает им литературный вкус, любовь к чтению, творчеству. Благодаря таким встречам, Дина Рубина является желанным гостем на различных книжных презентациях, ярмарках, телепрограммах, ведь она уже зарекомендовала себя как интересный и надежный автор.

Продолжая анализ интервью с Диной Рубиной в контексте конвергентной журналистике, следует сказать, что в жанре **гипермедиа** на данный момент больше всего материалов. Здесь конвергенция происходит на всех трех уровнях – экономическом, технологическом и профессиональном. В этом жанре нет ограничений по количеству используемых платформ, информация подается на одном основном канале, а затем «переупаковывается» для другой платформы, чтобы распространить новость или какие-либо материалы на разных площадках.

Примером интервью с Диной Рубиной в гипермедиа жанре конвергентной журналистики станет «Эксклюзивное интервью с писателем Диной Рубиной» от 13.12.2019 [10].

Интервью проводилось телерадиокомпанией «Дон-ТР» в формате записи беседы и трансляции ее на телеканале «Россия 24». Журналист Анна Житенёва

побеседовала с писательницей и узнала у нее, чего она боится, о чем мечтает и о чем еще напишет. Писательница рассказала, что не заходит на читательские форумы и очень любит актерствовать при записи аудиокниг. Также была проведена фотосессия, фотографии с которой публиковались в дальнейшем в статьях в интернет-изданиях и на страницах различных сообществ в разных социальных сетях.

В формировании репутации играют большую роль творческие вечера и получение различных наград и литературных премий. Дина Рубина часто становится номинантом и обладателем различных премий, которые подтверждают качество ее произведений и поднимают ее авторитетность в писательском мире.

Разнообразные премии и награды за особый вклад в литературу в разных номинациях также являются важными кирпичиками в построении литературной репутации Дины Рубиной. Сама она выделяет лишь две значимые для нее награды: премию им. Арье Дульчина за роман «Один интеллигент уселся на дороге» и награду от Союза писателей Израиля за книгу «Вот идет Мессия!».

Каждая такая награда Дины Ильиничны непременно была освещена разнообразными СМИ. Именно в таких статьях особенно ярко видно так называемую «переупаковку» материала. Успехи писателей, особенно на мировой арене, очень живо освещаются средствами массовой информации, новости выходят как в газетах, так и в интернет-изданиях, на телевидении и даже в формате радиовещания.

Примером творческого вечера, который после освещался СМИ на разных платформах и через различные источники, является «Творческий вечер Дины Рубиной» в Еврейском музее и центре толерантности 07.04.2019 [1].

Данный творческий вечер был благотворительным, все средства, вырученные от продажи билетов, были направлены на нужды благотворительного фонда «Дом с маяком». Темой программы вечера стала «О жизни, любви, смерти и памяти».

Множество статей вышло по этому случаю во многих интернет-изданиях, были и анонсы данного мероприятия в социальных сетях, в газетах и на телеканалах, посвящённых культуре.

На данном вечере Дина Ильинична честно и с юмором, в своем фирменном стиле, порассуждала над жизнью, смерть, любовью, над обращением с детьми и о детстве, а также поделилась своими историями из жизни относительно теме и прочитала отрывки из своих рассказов.

Участие в подобных мероприятиях показывают писательницу с новой стороны: она готова делать все ради гармоничного развития будущего поколения, ей не чужда помощь нуждающимся и ее любовь к общению со своими читателями и с публикой гораздо выше материальных благ.

Вспоминая о таком жанре конвергенции, как **трансмедиа**, о котором исследователи до сих пор спорят. Конвергенция СМИ с данным жанре происходит на всех трех уровнях: экономический, технологический и профессиональный. То есть платформы данного жанра не ограничены, это и социальные сети, и печатные СМИ, и теле-/радиовещание. Стоит сказать, что социальные сети очень сильно помогают как в самостоятельном, так и в целевом, рекламном продвижении. В настоящее время создание имиджа единой личности заключается и в верном ведении социальных сетей. Нередко для артистов, к примеру, составляют целую стратегию ведения сети «Инстаграм», канала в «Телеграме» или сообщества «ВКонтакте».

Дина Рубина также ведет свои социальные сети и собственный сайт. Если быть точнее, то она не занимается этим самостоятельно. В одном из своих интервью Дина Рубина рассказывала о девушке, которая занимается продвижением ее социальных сетей:

«У меня есть страницы в Facebook и Instagram, но я стараюсь дистанцироваться от них. Их ведет девушка Карина, талантливый дизайнер. Она мне, например, пишет: «Дин, вы давно в фейсбуке не появлялись, вот вы сейчас в деревне, сделайте там две-три фотографии». Ну, какие в деревне фото? Лодочка, деревья, в общем, ничтожное воспроизведение окрестностей.

«Это очень хорошо, — говорит Карина, — это прекрасно». Я не вполне понимаю, почему это прекрасно. Потом Карина пишет мне: «Надо все время быть активным в интернете. Напишите что-нибудь для фейсбука». Пишу текст, отсылаю. «Дин, это очень много». Я говорю: «Послушай, это все-таки я написала, известный писатель Дина Рубина». Она: «Нет, люди не могут читать большие тексты. Пишите короткий». Я: «Ты с ума сошла, они читают три тома моего романа «Русская канарейка». Она: «Вы ничего в этом не понимаете, в фейсбуке должны быть короткие тексты, всё!» [4].

Благодаря Карине – талантливому, со слов Дины Ильиничны, дизайнеру, ее профили в «Instagram» и в «Facebook» позволяют ее аудитории познакомиться с Диной Ильиничной как с человеком семейным, активным и очень добродушным. В своем профиле Дина Рубина делится семейными фотографиями, фото с мероприятий, небольшими анонсами своих старых и только вышедших в свет произведений и многим другим, что привлекает публику и создает вокруг писательницы невероятно уютный и вместе с тем позитивный и активный образ творческого человека.

Сама же Дина Ильинична, как видно из интервью, не очень положительно относится к социальным сетям и их продвижению. Она искренне не понимает, почему тексты должны быть короткими и для чего нужны фотографии, даже если они не несут в себе никакой информации. Однако, для поддержания своего имиджа, для того чтобы поддерживать контакт со своими читателями, она самостоятельно пишет тексты для постов и делает фото, а затем доверяет оформление профессионалу.

И хоть исследователи и спорят о правомерности социальных сетей в контексте СМИ, сложно отрицать, что статьи, выпускаемые теми же новостными каналами и прочими сообществами в различных социальных сетях, напрямую относятся к журналистике.

Интервью на популярных молодежных платформах с использованием современных технологий также благоприятно влияют на имидж писательницы,

показывая ее читателям современность автора и тем самым также завоевывая расположение молодой публики к писательнице.

В настоящее время имиджу и имиджмейкингу обществом уделяется большое внимание. С началом развития разнообразных СМИ и с продвижением идеи конвергентной журналистики были освоены разнообразные форматы, жанры и площадки для формирования имиджа и репутации как личности, так и организации.

Каждый человек хочет выглядеть в глазах окружающих чуть лучше, чем он есть на самом деле, поэтому совершает ряд действий, направленных на создание приятного образа как визуально, так и содержательно. Также каждый стремится заполучить доверие окружающих, совершая ряд действий, подкрепляющих его статус и авторитетность в области, в которой человек себя продвигает. Особенно заметна эта тенденция среди знаменитостей и публичных личностей.

В современном мире существует здоровая конкуренция в сфере имиджмейкинга. Причем конкурируют не только люди, вокруг которых создается определенный имидж, также конкуренция выросла и у рекламных агентов, продюсеров. В настоящее время люди отчаянно ищут наиболее эффективные способы и формы, которые служат во благо имиджа и репутации. Создаются целые имиджевые концепции и репутационные стратегии, призванные к созданию приятной публике личности, которая подтвердила свой авторитет и статус в какой-либо сфере деятельности человека.

Также и у писателей. Им необходимо создавать свой образ и выстраивать репутацию на поприще литературного мастерства для продвижения собственного творчества.

Репутационная стратегия Дины Рубиной также довольно понятна и проста, она способствует укреплению ее литературной репутации и помогает в продвижении собственного творчества, как хорошо зарекомендованной литературы, проверенной читательской аудиторией и критиками. Состоит она из следующих факторов:

1. Появление на массовых мероприятиях – творческие вечера, ярмарки, презентации книг;
2. Появление на телевизионных интервью и участие в интервью для печатных и онлайн-изданий;
3. Участие в литературных конкурсах, а также номинации на различных престижных в литературном мире премиях как в России, так и за рубежом;
4. Участие в благотворительных мероприятиях и в мероприятиях, посвященных острым современным тематикам.

В контексте конвергентных СМИ каждое действие известной личности становится новостью, материалом для распространения в массы в различных существующих в наше время форматах. Трансляция достижений Дины Рубиной на различных платформах и в разнообразных форматах, на разных носителях и разными способами способствует продвижению авторского имени и произведений Дины Ильиничны Рубиной.

В современном мире важно уметь преподнести себя, свой образ и свои достижения. Это касается любой сферы деятельности, не зависимо от того, медийная личность или нет. В писательском мире также важно грамотно выстраивать положительный имидж и репутацию, поддерживать контакт с читательской аудиторией и быть на виду. Одним из главных инструментов в формировании имиджа и репутации являются конвергентные средства массовой информации, которые расширяют границы возможного распространения информации и влияния на общественное мнение посредством разнообразия предоставляемой информации.

Список литературы

1. *Благотворительный творческий вечер Дины Рубиной // Электронный ресурс: <https://www.youtube.com/watch?v=jGcp7BWOOPs> Дата обращения 25.10.2022г.*
2. *Дина Рубина на филологическом факультете 04 апреля 2016 // Электронный ресурс: <https://youtu.be/zkeqJwSu6SM> Дата обращения 15.10.2022г.*

3. *Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой. – М.:, 2010. – 200 с.*
4. *Интервью с Диной Рубиной. Герои: Дина Рубина: «Среди писателей я редко встречала абсолютно нормальных людей» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://style.rbc.ru/people/5b9a850e9a79478b63778e73> (Дата обращения: 29.10.2022)*
5. *Конвергентная журналистика : Профессиональная культура субъектов информационной деятельности : [учеб. пособие] / Е. В. Олешко ; [науч. ред. Б. Н. Лозовский] ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2015. – 128 с.*
6. *Луценко Е. Лопнувший формат. Дина Рубина // Вопросы литературы. – 2009. – № 6 // Электронный ресурс: <http://magazines.russ.ru/voplit/2009/6/lu5.html>*
7. *Чикер В.А. Репутация в деятельности человека и организации / В.А.Чикер, А.Е. Посохова // Вестник СПбГУ. – [Электронный ресурс]. – 2011. – Сер. 12. Вып. 4. – С. 64-72. — Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/reputatsiya-v-deyatelnosti-cheloveka-i-organizatsii>*
8. *Шарков Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: Учебное пособие. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2010. – 272 с.*
9. *Эдельштейн М. Вокруг Дины Рубиной // Электронный ресурс <https://lechaim.ru/ARHIV/215/edelshteyn.htm>*
10. *Эксклюзивное интервью с писателем Диной Рубиной. Эфир 13.12.2019 // Электронный ресурс: <https://youtu.be/dDmi0QvXCrY> Дата обращения 29.10.2022г.*

ОСОБЕННОСТИ ПУБЛИКАЦИИ МАТЕРИАЛА В ОТЕЧЕСТВЕННЫХ НОВОСТНЫХ TELEGRAM-КАНАЛАХ

*Д.Ю. Черкасов, Московский университет имени А.С. Грибоедова,
г. Москва, Россия*

FEATURES OF PUBLICATION OF MATERIAL IN DOMESTIC NEWS TELEGRAM CHANNELS

D.Y. Cherkasov, Moscow University named after A.S. Griboyedov, Moscow, Russia

Аннотация. Данная статья посвящена рассмотрению типичных материалов, публикуемых в новостных, отечественных Telegram-каналах. Актуальность статьи обусловлена ростом аудитории социальных сетей и мессенджеров, в частности, — «Telegram». Большое количество изданий, относящихся к традиционным средствам массовой информации выбирают этот мессенджер в качестве одного из перспективнейших средств распространения информации. Во многом это связано со скоростью публикации контента и в оперативном отклике аудитории. В статье впервые будут рассмотрены особенности публикаций в новостных Telegram-каналах, такие как свободный стиль изложения, непристойная (обценная) лексика и так далее.

Ключевые слова. Интернет-СМИ, журналистика, социальные сети, мессенджер, публикация, новости, «Telegram», аудитория.

Abstract. This article is devoted to the consideration of typical materials published in news, domestic Telegram channels. The relevance of my scientific work is due to the growth of the audience of social networks and instant messengers, in particular, Telegram. A large number of publications related to traditional media choose this messenger as one of the most promising means of disseminating information. This is largely due to the speed of publishing content and the prompt response of the audience. For the first time, the article will consider the features of publications in Telegram news channels, such as free style of presentation, obscene (obscene) vocabulary, and so on.

Keywords. Internet media, journalism, social networks, messenger, publication, news, «Telegram», audience.

E-mail: d.cherkasov@internet.ru

Для того, чтобы определить основные особенности материалов, публикуемых в мессенджере «Telegram» следует обозначить основные понятия и термины связанные с интернет-журналистикой. Необходимо сформировать чёткое понимание причинноследственных связей роста популярности распространения информации посредством социальных сетей и мессенджеров. Как правило, «интернет-СМИ» — это сайт в сети интернет, который выполняет функции средства массовой информации и официально зарегистрирован, как таковой. Такой сайт может быть либо онлайн версией традиционного издания, либо оригинальным, самостоятельным изданием (изначально созданным, как

онлайн-ресурс). Подобные сайты, в обязательном порядке, руководствуются теми же принципами журналистики, что и традиционные СМИ. Таким образом, руководство интернет-изданий обязуется соблюдать законы и нормативные акты Российской Федерации, относящиеся ко всем средствам массовой информации. Также к онлайн-СМИ относятся издания, которые выбрали социальные сети или мессенджеры в качестве основного способа распространения информации.

В связи с тем, что большинство традиционных средств массовой информации обзавелось своими онлайн-версиями (сайтами, страницами в социальных сетях и мессенджерах), грань между традиционными и интернет-изданиями стирается. В этом можно проследить процесс конвергенции СМИ. Во многом он стал возможен благодаря появлению интернета и его развитию, как общедоступного средства распространения и получения информации.

Развитие интернет-СМИ повлияло на процесс потребления информации. Интернет изначально предоставляет возможность более удобного получения информации, чем традиционные источники. В особенности это актуально для новостного контента. Пользователи ищут методы для более быстрого и удобного получения информации. В данном контексте больше всего выигрывают новостные агрегаторы, социальные сети и сайты с удобной новостной лентой.

Всё вышеперечисленное подталкивает интернет-издания к дальнейшему развитию. Пользователи обращают внимание на внешний вид, информативность, гипертекстуальность, мультимедийность и качество материала. В связи с этим онлайн-издания можно назвать самым быстроразвивающимся видом СМИ. Это повлекло изменения в структуре редакций. Появились такие должности, как программист, системный администратор, редактор и новостник сайта. Издательства уделяют большое внимание качеству и оперативности публикуемых статей. Онлайн-СМИ над усовершенствованием способов прямого взаимодействия с аудиторией [1, с. 15].

Переходя к раскрытию темы научной работы следует обозначить роль социальных сетей в формировании онлайн-СМИ. Социальные сети представляют собой онлайн-платформы, посредством которых пользователи могут строить социальные отношения и обмениваться информацией. У каждой социальной сети есть своя специфика. За годы развития интернет-пространства

это направление претерпело немало изменений. Социальные сети еще каких-то 15 лет назад были неудобными и не практичными. Но со временем разработчики смогли довести их до ума. Интернет-СМИ стремились внедриться в эту область интернета с момента появления социальных сетей и мессенджеров. Но только в последние годы стало понятно, что именно эти средства распространения информации являются самыми перспективными с области развития интернет-СМИ и новостной журналистики в частности.

Развитие социальных сетей способствует улучшению статистики посещения новостных сайтов. Как подчёркивает в своих научных работах О.И.Молчанова, люди активно используют отечественные социальные сети [2, с. 25]. Социальные сети во многом отличаются от сайтов. По сути это самостоятельные системы, в которых сочетается совокупность различных функций и возможностей. В контексте нашей темы, наибольший интерес вызывают способы распространения и получения новостного контента. В социальных сетях оперативность распространения информации гораздо выше в сравнении с другими источниками. Для того, чтобы прочитать новости, пользователю не обязательно покидать социальную сеть и искать специализированный сайт СМИ. В социальных сетях сконцентрирована информация из разных источников. Помимо новостного контента социальные сети предлагают пользователям доступ к музыке, видеозаписям, обмену сообщениями и другим услугам. Такая мультимедийность объясняет популярность социальных сетей среди пользователей. Аудитория выберет более простой и удобный способ получения информации. Пользователям социальных сетей не нужно заходить на разные сайт, выполняя для этого лишние действия. В социальных сетях всё собрано в одном месте.

Мессенджер (или система мгновенного обмена сообщениями) – это программа, которая используется для общения посредством сообщений. Если рассматривать мессенджер «Telegram» (далее «ТГ») как платформу для распространения информации, то она даёт редакторам ещё больше преимуществ, чем социальные сети. Информация опубликованная в «ТГ» поступает сразу на аккаунт пользователю. В социальных сетях, таких как «ВКонтакте» существует «умная» лента, которая сама определяет порядок демонстрации контента. Она

выстраивает его по приоритету, основываясь на предпочтении пользователя. Однако некоторые публикации могут быть вообще скрыты от пользователя. В обоих случаях речь идёт о источниках, на которые подписан пользователь. Однако мы видим явное преимущество «ТГ» в отличии от «ВКонтакте» (схожая система и у других социальных сетей). Таким образом, редактор (или smm-менеджер) сокращает путь от материала к читателю до одного шага [3, с. 53].

У социальных сетей и мессенджеров свои правила и требования к публикации материалов. Они бывают обязательными — требования диктуемые администрацией социальной сети или мессенджера, или негласными — нормы и особенности публикации материалов сформированные путём естественной эволюции новостного контента в конкретной социальной сети. К первым можно отнести ограничения по количеству символов в тексте или использование ненормативной лексики. Ко вторым относятся длина текста, подача сообщений и формулировка заголовков. Например, в «ТГ» не принято публиковать длинные материалы или лонгриды. Их размещают в виде заголовка, лида и ссылки на сайт, где можно прочитать остальной текст целиком. Каждое СМИ позиционирует себя в социальных медиа по-разному, ориентируясь на тематику издания и решение редакторского состава [4, с. 44].

Для того, чтобы обозначить особенности публикации материалов в новостных ТГ-каналах, следует привести несколько примеров и сравнить их. В качестве примеров мы рассмотрим принципиально разные СМИ. Мы рассмотрим официальные ТГ-каналы радиостанции «Говорит Москва», онлайн-издания «Vaza» и интернет-издания «Mash».

Радиостанция «Говорит Москва» начала вещание в 2014 году и считается достаточно молодой радиостанцией. Вместе с началом вещания у радиостанции появился сайт и социальные сети. Издание использует социальные сети не просто для общения с аудиторией, но и для работы всей редакции, для размещения материалов и создания новых проектов издания. До недавнего времени самым успешным каналом для работы онлайн был Youtube-канал издания. Там публиковались не только записи эфиров, а также видеозаписи «внутренней кухни» редакции, уникальные программы с ведущими и приглашенными экспертами. В мессенджере «Telegram» издание размещает

совершенно нетипичный для радиостанции контент. Там публикуются короткие новостные тексты о важнейших событиях в Российской Федерации и мире. Все материалы сопровождаются фото- или видео-материалами. Все публикации радиостанции в «ТГ» можно разделить на две категории. Первая — это короткие новостные заметки, в конце которых размещена ссылка на основную публикацию на сайте радиостанции; вторая — экстренные сообщения длиной не более 2-3 предложений. Если первая категория стилистически практически не отличается от публикаций, с официального сайта, то вторая категория — это явление типичное только для мессенджера, такого как «ТГ». Смысл публикации такого короткого сообщения, в котором отражена только самая суть заключается в максимальной оперативности информирования. Возникновение такого формата публикаций можно объяснить высокой скоростью распространения информации в «ТГ» и, как следствие, высокой конкуренцией за обладания статусом первоисточника информации.

«Mash» — является примером онлайн-СМИ, которое выбрало социальные сети основной платформой для распространения информации. «Mash» начал работу в 2017 году в социальной сети «ВКонтакте». Целевой аудиторией сообщества стали молодые люди в возрасте от 25 до 40 лет. Это была одна из основных причин по которой создатели онлайн-СМИ выбрали основным средством распространения информации социальные сети. Молодёжь предпочитает читать новости в социальных сетях. Особенностью данного СМИ стало то, что для аудитории делают уклон на общественные новости, а не на политические. Отличительной чертой «Mash» от многих других интернет-СМИ (на момент создания) стал принцип сбора информации для публикации. Большую часть инфоповодов создают сами читатели. Они присылают новости в сообщения группы, а администрация занимается фактчекингом и публикацией самых «острых» и релевантных материалов. Таким образом, «Mash» значительно опережает остальные СМИ в скорости подачи информации, а стилистика выпускаемых материалов максимально приближена к знакомому стилю общения целевой аудитории, и новости, публикуемые изданием, действительно интересуют читателей. Благодаря этому издание за считанные месяцы стало одним из самых цитируемых в отечественном интернет-пространстве. «Mash» по

праву можно назвать первопроходцем в освоении «ТГ». Практически сразу после создания официальной группы «ВКонтакте» редактор завёл «ТГ»-канал. Администрация СМИ оценила перспективы платформы. Быстрое взаимодействие с аудиторией и оперативная публикация контента способствовали росту популярности издания. Продолжительное время «Mash» был самым оперативным источником распространения информации в отечественном интернете. В начале деятельности в ТГ-канале размещали публикации, источником которых были государственные и подведомственные органы. При этом данные материалы были действительно уникальными и опубликованы в Сети самыми первыми. В 2017 году СМИ только начали осваивать «ТГ», а администрация издания «Mash» уже полностью освоила главное его преимущество — оперативность обмена информацией. Проанализировав некоторые публикации сообщества бросается в глаза фривольная подача информации и использование разговорного стиля в новостных публикациях. В текстах используется ненормативная лексика, грубые слова, и субъективные суждения авторов сообщества. Все вышеперечисленные черты нехарактерны для новостного издания. Однако, несмотря на это «Mash» стал одним из самых цитируемых онлайн-изданий в России. Такая слава пришла изданию вопреки нарушениям норм журналистской морали. Это обусловлено тем, что администрация сумела правильно воспользоваться возможностями мессенджера.

Однако, в последние годы «Mash» стал внимательнее фильтровать информацию. После нескольких скандальных материалов, освещённых в СМИ, администрация издания взяла курс на отдаление от скандальных материалов и избегание слишком острых тем. Преемником издания «Mash» в этом плане стало онлайн-СМИ «Vaza». Этот проект создал в 2019 году основатель издания «Mash» Никита Могути́н. Принцип работы данного издания такой же, как у «Mash» — пользователи выступают в качестве журналистов и присылают эксклюзивные материалы, фото и видео в редакцию за вознаграждение. Однако в отличие от «Mash», «Vaza» сохранила оригинальную идею и не сглаживает свои материалы. По формату публикаций данное сообщество схоже. Стоит отметить, что при данном издании появилось в «ТГ» гораздо позже «Mash». Тогда большинство

онлайн-СМИ уже разобрались в особенностях мессенджера. Несмотря на это «Baza» удалось набрать аудиторию и выйти на 13 место по цитируемости среди всех онлайн-ресурсов России. У «Baza» есть собственный сайт и приложение на которые издание даёт ссылки в публикациях в «ТГ». В отличие от «Mash», «Baza» сохранила изначальную концепцию своего прародителя.

Прежде чем подвести итоги сравнительного анализа трёх онлайн-СМИ, которые используют «ТГ» в качестве платформы для публикации материала стоит отметить, что рассматриваемые издания избегают остросюжетных материалов в связи с проведением Специальной военной операции на территории Украины.

Подводя итоги сравнительного анализа, можно сказать, что все рассмотренные издания пользуются главным преимуществом «ТГ» перед традиционными СМИ — оперативностью. Публикации подстраиваются под этот параметр. Чем более эксклюзивный и важный инфоповод освещается в материале, тем более сжата будет его первоначальная презентация. В некоторых случаях это сокращения в угоду оперативности достигает упоминания всего лишь одного заголовка или лида новости. Причём в отличие от новостных форматов традиционных СМИ, здесь нет жёстких форматных требований. Главная задача — чтобы материал максимально быстро усваивался аудиторией. В дальнейшем издания выпускают развернутые публикации (не превышающие общепризнанных норм публикации в «ТГ»). Многие онлайн-СМИ в телеграмме используют простой слог и формат общения с аудиторией. Такие методы подачи информации распространились в СМИ благодаря тесному контакту с аудиторией. Это ещё одна специфическая возможность «ТГ». Здесь можно найти параллель с темой блогерства. Новостные издания выбирают формат подачи информации близкий к народной журналистике, когда автор публикации позиционирует себя, как часть аудитории, который начинает «разговор». Это создаёт традиционным СМИ некоторые трудности для публикации материалов в «ТГ». Издательствам приходится подстраиваться под формат мессенджера и достаточно сильно переделывать материалы типичные для их сайтов и традиционных способов передачи информации. Именно поэтому большинство

традиционных СМИ создало специальные отделы в редакции, отвечающие за публикацию контента в «ТГ».

Следует отметить, что некоторые новостные издания публикуют в «ТГ» большие статьи и материалы (по меркам социальной сети – это около 2000–3500 знаков). Однако, как правило, это не новостные материалы. Здесь приоритет отдают публицистическим статьям. Обычно, в таких материалах рассказывают о злободневных темах, анализируют прошедшие события и объясняют явления непонятные широкой аудитории.

Подводя итог, необходимо отметить рост перспективности мессенджера «Telegram» для новостных медиа. Сейчас Как мы проследили, там произошли процессы видоизменения традиционных способов и методов подачи информации. Сейчас это «брожение» претерпевает остаточное изменение. Сегодня «ТГ» стал чуть ли не основной социальной сетью для публикации новостного контента в отечественном интернете. Это продвижение стало возможно благодаря блокировке «Facebook» и «Twitter». Кроме того, в последние годы популярность «ВКонтакте» стремительно падает. Аудитория переходит в «Telegram», делая выбор в сторону простоты и оперативности в подаче информации.

Список литературы

1. Бабаева А. Е. Интернет: воздействие на личность: учебник / Ю.Д.Бабаева, А. Е. Войскунский, О. В. Смылова. – М.: Можайск Терра, 2012.
2. Молчанова О. И. Специфика современных интернет СМИ / О.И.Молчанова // Медиапространство России: общество, политика, бизнес: Сб. материалов Первой Всероссийской научно-практической конференции. – СПб., 2012. – С. 97–105.
3. Машкова С. Г. Интернет журналистика: учебное пособие / С.Г.Машкова. – Тамбов: Изд-во ТГТУ, 2006.
4. Калмыков А. А., Коханова Л. А. Интернет-журналистика: Учебное пособие. – М., 2018.
5. Колесникова М. Сетевые СМИ - основные группы, виды и формы их функционирования [Электронный ресурс] URL:

<http://www.relgam.ru/Environ/WebObjects/tguwww.woa/wa/Main?textid=1824&%20level1=main&level2=articles> (Дата обращения: 13.11.2022)

6. Костыгова Ю. В. Сетевые СМИ: занимательная типология / Ю. В. Костыгова // *Мир Internet*. – 2012. – № 4 . – 20–23.

7. Трифонова Ю. В., Особенности интернет-СМИ. [Электронный ресурс]. URL: <https://journals.susu.ru/lcc/article/view/45/90> (дата обращения: 13.11.22).

УДК 070.1

ББК 60.83

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ РАССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ В УСЛОВИЯХ КОНВЕРГЕНЦИИ

*П.А. Шалыганов, Московский университет
имени А.С. Грибоедова, г. Москва, Россия*

BASIC PRINCIPLES OF INVESTIGATIVE JOURNALISM IN THE CONTEXT OF COVERGENCE

*P.A. Shalyganov, Griboyedov Moscow University,
Moscow, Russia*

Аннотация. Данная статья посвящена проблеме современной расследовательской журналистики, использующей возможности конвергенции.

Ключевые слова: конвергентная журналистика, мультимедийный продукт, расследовательская журналистика

Abstract. This article is devoted to the problem of modern investigative journalism, using the possibilities of convergence.

Key words: convergent journalism; multimedia product; investigative journalism.

E-mail: p.shalyganov@gmail.com

Расследовательская журналистика является своего рода элитным направлением журналистики. Известны случаи, когда журналисты, проводящие расследования буквально меняли мир. Они, сродни следователям или детективам, выискивали все самое тайное и неприглядное. Итогом их деятельности порой становилась отставка президента и правительства, арест коррупционеров и прочие весьма громкие дела. Выявление многочисленных

общественных «язв» вполне подходит под описание деятельности большого числа журналистов данного направления. В человеке, занимающемся этой профессией, должны сочетаться, как этические качества (гуманизм, беспринципность, чувство справедливости), так и склонность к аналитическому мышлению.

В данной работе мы попробуем рассказать, в каком состоянии находится современная расследовательская журналистика – по каким методам и принципам она работает в наши дни. В этом нам поможет конвергентная журналистика. Мы рассмотрим, как оба направления коррелируют друг с другом и какие методы при этом используют. Таким образом, целью нашего исследования будет выявление объединяющих два эти направления факторов, согласно которым и существует современная расследовательская журналистика.

Журналистские расследования – «это поиск, обнародование и исследование некоторых фактов, которые до поры до времени находились вне поля общественного внимания» [3]. Еще более мрачное определение данному направлению дал сотрудник газеты «Ньюсдэй» Роберт Грин. По его словам, «это материал, основанный, как правило, на собственной работе и инициативе, на важную тему, которую отдельные лица и организации хотели бы оставить в тайне» [3].

Рассмотрим основные методы (приемы) журналистского расследования.

1. Наблюдение. Этот способ является наиболее эффективным. Есть как открытые варианты наблюдения, так и скрытные.

2. Интервью. Часто многие процессы начинаются с документов, а затем уже привлекаются люди. Важнейшим критерием является четко продуманные вопросы.

3. Эксперимент. Он требует определенной подготовки и тщательного планирования.

4. Метод «маски» [1]. («Журналист меняет профессию или включенное наблюдение»). Для данного приема характерно не просто наблюдение, а активное участие в происходящем.

5. Работа с документами. Один из важнейших приемов в расследовательской деятельности.

Кратко обозначим ключевые этапы расследования:

1. Получение предварительной информации. Сведения о каких-либо событиях.

2. Конкретизация предмета, целей и методов расследования. На данном этапе журналист уже четко отвечает для себя на основные вопросы: что, как и зачем.

3. Формирование расследовательской гипотезы, предположения о причинах случившегося.

4. Проверка гипотезы. На данном этапе происходит сбор основного «костяка» информации.

5. Изложение собранной информации. Тут уже происходит реализация готового продукта, а именно его оформление.

В зависимости от сферы деятельности исследуемого объекта или явления, существуют следующие виды журналистских расследований:

- Политические
- Экономические
- социально-бытовые
- криминально-уголовные
- исторические

Теперь перейдем к рассмотрению конвергентной журналистики.

Конвергентная журналистика – это новый, но вполне объяснимый этап развития средств массовой информации. Он означает «слияние деятельности самой редакции и целевой аудитории, или, как говорят американцы, комьюнити» [4].

Выделяют три главных отличия классической журналистики от конвергентной [2]:

1. Инструментарий;
2. Новый подход к содержанию;

3. Новый подход к формированию редакции и распределению ролей.

«Конвергентная редакция, как новая бизнес-модель «медиа» способна добиться главного: довести до аудитории информацию, используя все средства коммуникации – печать, радио, телевидение, Интернет, мобильную связь» [5].

Идея конвергентной редакции заключается в интеграции всех доступных на сегодняшний день форматов медиапродукта [2].

В РФ так же формируются новые конвергентные редакции, создающие мультимедийный продукт, в основе которого лежат журналистские расследования. Важнейшими агентствами, проводящими подобный контент (помимо ФБК, признанного в России экстремистской организацией), являются «Новая газета», Новое Медиа «Важные истории», интернет-издание «Медуза», Телевизионный Правовой Центр «РАССЛЕДОВАТЕЛЬ» и «Первое антикоррупционное СМИ». Кратко рассмотрим то, как эти агентства функционируют в условиях конвергенции.

Интернет-издание «Важные истории» занимается журналистскими расследованиями. Сотрудники этого СМИ активно задействуют всевозможные площадки, работающие в сети Интернет с целью распространения своих расследований. Они размещают документальные фильмы и короткие видеоролики на YouTube-канале медиа. Кроме того, «Важные истории» публикуют репортажи, интервью и текстовые расследования на собственном сайте. Также данная платформа используется в качестве площадки для обучения методологии расследовательской журналистики. СМИ присутствует в таких соцсетях, как Telegram, ВКонтакте, Instagram, GitHub, Twitter и Facebook.

Следующее издание также прославилось своими журналистскими расследованиями. Но, кроме этого, это по-настоящему конвергентная редакция. Речь идет о «Новой газете». Помимо расследований, данное СМИ выпускает свою печатную версию, занимается продвижением собственного сайта, ведением социальных сетей и успевает участвовать в правозащитной деятельности.

Если определять жанровую принадлежность журналистской деятельности «Новой газеты», то, по всем признакам, – это кросс-медиа, а именно издание, имеющее в своем распоряжении множество медиа каналов.

В ходе исследования мы выявили, что расследовательскую журналистику связывает с конвергентной журналистикой тяга к новым формам медиа.

Таким образом, с приходом Интернета изменились способы доставки информации. Старые формы либо отмирают, либо претерпевают изменения и превращаются в некую комбинацию, образованную множеством форм. Так, газеты, которые некогда продавались только в печатных киосках, теперь осваивают Интернет-пространство. Или же, в случае журналистских расследований, текстовые формы трансформируются в видеоролики либо в полноценные мультимедийные продукты. Тут мы уже вступаем на территорию конвергентной журналистики, которая во многом определяет образ современных медиа.

Список литературы

1. *Асфура А. И. Особенности проведения журналистского расследования в современной медиасфере. – Минск, 2011.*
2. *Качкаева А. Г. Журналистика и конвергенция. Почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. – М., 2010.*
3. *Константинов А. Д. Журналистское расследование: история метода и современная практика. – М.: Олма-Пресс, 2003 г. – 476 с.*
4. *Олешко Е. В. Конвергентная журналистика: Профессиональная культура субъектов информационной деятельности: Учебное пособие. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2015. – 128 с.*
5. *Шестеркина Л. П. Универсальная журналистика: Учебник для вузов. – М.: Аспект-Пресс, 2016. – 480 с.*

К ВОПРОСУ О РОЛИ СМИ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ЛИЧНОСТИ

*И. А. Шляпников, Московский университет имени А. С. Грибоедова,
г. Москва, Россия*

ON THE QUESTION OF THE ROLE OF THE MEDIA IN ENSURING THE INFORMATION AND PSYCHOLOGICAL SECURITY OF THE PERSON

I. A. Shlyapnikov, A. S. Griboyedov Moscow University, Moscow, Russia

Аннотация. Статья посвящена изучению роли средств массовой информации в обеспечении информационно-психологической безопасности личности в условиях современного общества. Особенное внимание будет посвящено выделению самостоятельности информационно-психологической безопасности личности на фоне общей проблематики информационной и психологической безопасности. В статье описаны функции СМИ в контексте информационно-психологической безопасности личности, указаны основные источники информационно-психологического воздействия на человека. Вся указанная информация является наиболее актуальной в условиях современных информационных противостояний, зачастую многосторонних, массовых и ориентированных своим воздействием на общество в целом и личность в частности. Учитывая это, тема является наиболее актуальной для журналистов и специалистов смежных областей с целью изучения методов и механизмов информационно-психологических воздействий на личность и успешного построения защиты от таковых. Более того, материал данной статьи будет полезен каждому человеку, т.к. современная агрессивность методов информационно-психологического воздействия требует внимательного и осознанного подхода к обеспечению собственной информационно-психологической безопасности, выявлению методов воздействия для противостояния им.

Ключевые слова: информационная безопасность, психологическая безопасность, личность, СМИ, средства массовой информации, манипуляции в медиа, воздействие.

Abstract: The article is devoted to the study of the role of the mass media in ensuring the information and psychological security of the individual in the conditions of modern society. Particular attention will be devoted to highlighting the independence of the information and psychological security of the individual against the background of the general problems of information and psychological security. The article describes the functions of the media in the context of information and psychological security of the individual, the main sources of information and psychological impact on a person are indicated. All of this information is the most relevant in the context of modern information confrontations, often multilateral, massive and oriented by their impact on society in general and the individual in particular. Given this, the topic is the most relevant for journalists and specialists in related fields in order to study the methods and mechanisms of information and psychological influences on a person and successfully build protection against them. Moreover, the material of this article will be useful to every person, because the modern aggressiveness of the methods of information-psychological influence requires a careful and conscious approach to ensuring one's own information-psychological security, identifying methods of influence to counter them.

Key words: information security, psychological security, personality, media, mass media, media manipulation, impact.

E-mail: i.shlyapnikov@list.ru

Актуальность данной темы обусловлена тем, что в современном мире закономерности развития коммуникационных процессов в обществе способствуют увеличению значимости средств массовой информации (СМИ). Именно СМИ являются основным источником информации о происходящих в мире событиях, именно они формируют общественное мнение, мировоззрение, обозначают культурные ценности общества и формируют тип личности человека: его потребности, интересы, мораль.

Особенно ярко важность роли СМИ прослеживается в настоящее время, когда информационное пространство является полем противостояния как для отдельных людей и больших социальных групп, так и для целых государств и политических систем. Именно личность, как субъект социокультурной жизни общества, становится основной целью воздействия для всего множества сторон в информационных противостояниях разных масштабов. Агрессивность информационных воздействий способна наносить ущерб психическому и нравственному здоровью людей, разрушать моральные нормы общества, дестабилизировать социально-политическую обстановку в обществе. Важность влияния СМИ для обеспечения информационной безопасности и основные аспекты таковой перечислены в указе президента РФ «Об утверждении Доктрины информационной безопасности Российской Федерации» от 5 декабря 2016 года.

Согласно общим положениям Доктрины информационной безопасности Российской Федерации, информационная безопасность это: *«состояние защищенности личности, общества и государства от внутренних и внешних информационных угроз, при котором обеспечиваются реализация конституционных прав и свобод человека и гражданина, достойные качество и уровень жизни граждан, суверенитет, территориальная целостность и устойчивое социально-экономическое развитие Российской Федерации, оборона*

*и безопасность государства».*⁵ Однако, данное определение включает в себя лишь информационный аспект воздействия на личность. Для СМИ игнорирование психологического аспекта личности будет означать потерю связи с потенциальным объектом воздействия, что влечет за собой утрату у последнего позитивного восприятия своей социальной и культурной принадлежности, ослабление патриотических настроений.

Психологическая безопасность является наиболее важным условием для развития и правильного функционирования групповой динамики, для создания объединяющего начала в общественном сознании.

СМИ объединяют информационный и психологический аспекты воздействия на личность, что напрямую заключается и в их функциях по Е.П. Прохорову: в первую очередь коммуникативной и идеологической (социально-ориентирующей). Стоит заметить, что все функции СМИ в той или иной мере прибегают к психологическим методам воздействия на людей, однако именно в коммуникативной и идеологической функциях эти методы наиболее важны и оправданны. Так, многие модели коммуникации изначально выстроены с учетом участия СМИ и их влияния на аудиторию. Идеологическая функция подразумевает знание и использование методов влияния базовой психологии, позволяющее выстраивать нормальное функционирование общества и его систем, служить социализации личности. Однако, обособленность информационно-психологического воздействия объясняется и другими положениями.

Согласно работе Г.В. Грачева, *«информационно психологическая безопасность личности это состояние защищенности ее психики, от действия многообразных информационных факторов, препятствующих или затрудняющих формирование и функционирование адекватной информационно-ориентировочной основы социального поведения человека (и в целом, жизнедеятельности в обществе), а также адекватной системы его*

⁵ Доктрина информационной безопасности Российской Федерации (утв. Указом Президента РФ от 5 декабря 2016 г. N 646).

субъективных (личностных, субъективно-личностных) отношений к окружающему миру и самому себе»⁶. Более того, Г.В. Грачев выделяет 3 причины, доказывающие самостоятельность информационно-психологической безопасности личности на фоне общей проблематики информационной и психологической безопасности.

Первой причиной является переход к информационному обществу, влекущий за собой увеличение масштабов информационных потоков, усложнение их структуры и содержания. Это усиливает влияние информационной среды на психику человека и доказывает необходимость появления в современном обществе новых механизмов и средств выживания человека, как социального субъекта и личности.

Второй причиной является специфика взаимодействия психики человека с информационной средой: она не имеет аналогов в информационном взаимодействии других структур, включая биологические, технические, социальные, социотехнические.

Третьей причиной обособления является направленность информационных воздействий. Их объектом является личность, её психика, ведь правильное функционирование социальных субъектов разных уровней (от общностей и социальных групп до населения целых стран) строится на взаимодействиях и отношениях отдельно взятых личностей.

Существует несколько основных источников информационно-психологического воздействия на человека. К ним относятся: государства и государственные структуры (включая иностранные); общество и общественные организации (экономические, политические и иные организации, включая иностранные); различные социальные группы разных уровней и устройства организации, включая отдельных личностей, выступающих лидерами мнений и

⁶ Г.В. Грачев Информационно-психологическая безопасность личности: состояние и возможности психологической защиты.

представляющих какие-либо общественные, государственные или иные структуры.

В Доктрине информационной безопасности Российской Федерации закреплены общие методы обеспечения информационной безопасности страны, включая правовые, экономические и организационно-технические. К важнейшим механизмам отнесены регулирование деятельности государственных СМИ и проведение информационной политики государством. Объектом такой политики может быть любой объект, к которому могут быть применены методы информационно-психологического или иного воздействия со стороны органов государственного управления, ведущие к усовершенствованию его свойств (как информационной системы). Различные объекты воздействия объединяет наличие общего уровня внедрения в общество – СМИ.

В контексте информационно-психологической безопасности личности СМИ (в том числе информационные системы, такие как интернет) могут выполнять различные функции: функции агента воздействия; агента контрвоздействия; пассивного, активного и нейтрального агента рефлексии.

Агентом воздействия является СМИ, убеждающее аудиторию в чем-то, формирующее устойчивое мнение о поставленной проблеме. Наиболее важно в таком воздействии поддерживать высокую частоту сообщений, создавать наполненность информационного пространства, при этом избегая/исключая нежелательные факты, опровергая противоположные аргументы. Всё это способствует укреплению убедительности и истинности продвигаемых идей в глазах аудитории.

Более ситуативной является функция агента контрвоздействия, т.к. предполагает не только наличие аудитории с отличным от нужного мнением, но и определенной свободой для воздействия в информационном поле. Под контрвоздействием понимается переубеждение аудитории, что само по себе требует больше усилий и психологических воздействий со стороны СМИ. Требуется не только занять в сознании аудитории определённую нишу, но и освободить её от уже существующего мнения. Из-за сложности подобного

подхода существует множество механизмов реализации функции контрагента, зачастую, помимо контраргументов, включающих многоуровневый и всесторонний подход к опровержению уже сформированных тезисов.

Выделяются функции, в основе которых лежит рефлексия фактов, событий, общественного мнения. Активной рефлексией является удержание темы в стадии массового обсуждения. Реализация функции апеллирует чувствами сопереживания, подталкивает к реагированию на общественно значимые события, что только сильнее втягивает все больше людей в процесс обсуждения и оценки событий/фактов. Ключевым аспектом является вовлеченность аудитории, их реагирование.

Другой механизм воздействия использует функция пассивной рефлексии. Аудитория не втягивается в обсуждение, а ставится в позицию выбора важности или не важности этой проблемы, её интереса для аудитории. СМИ же продуцируют мнения компетентных экспертов по этой проблеме, упрощая выбор «правильной» позиции.

Наиболее сложной в подготовке и ситуативной является нейтральная рефлексия. Она предполагает самостоятельное формирования мнения о проблеме у аудитории на основе предоставляемых СМИ фактов (тщательно подбираемых с прогнозированием реакции аудитории и их последующего решения). Аудитория формирует собственное решение без общественного обсуждения, но это решение является результатом тщательной подготовки доходящей до аудитории информации.

Таким образом, СМИ занимают в обеспечении информационно психологической безопасности личности ключевую роль, становясь инструментом исполнения государственной информационной политики. При этом, роль СМИ с ростом информационных технологий имеет тенденцию к возрастанию и увеличению частоты применения описанных в данной статье методов воздействия. Основы не только информационного, но и психологического воздействия становятся неотъемлемыми элементами нормального функционирования СМИ в современном обществе и являются

необходимым условием для обеспечения информационно-психологической безопасности не только личности, но и общества в целом.

Список литературы

1. Грачев Г.В. Информационно-психологическая безопасность личности: состояние и возможности психологической защиты [Электронный ресурс]. URL: Грачев Г. В. Информационно-психологическая безопасность личности
2. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации. Утв. Указом Президента РФ от 5 декабря 2016 г. № 646.
3. Головин Ю.А., Орлов А.Н. Возрастание роли СМИ в обеспечении информационной безопасности [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vozrastanie-rol-i-smi-v-obespechenii-informatsionnoy-bezopasnosti>
4. Федорова О.Н. Информационно-психологическая безопасность личности в информационном обществе // Вестник Дальневосточного государственного технического университета. – 2011. – №2 (7). Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionno-psihologicheskaya-bezopasnost-lichnosti-v-informatsionnom-obschestve>

УДК 82.09
ББК 83

СИБИРСКИЙ ДОСТОЕВСКИЙ В РЕЦЕПЦИИ Н. И. ЯКУШИНА

*А. О. Пивоварова, Московский университет имени А. С. Грибоедова,
г. Москва, Россия*

SIBERIAN DOSTOYEVSKY IN THE RECEPTION OF N. I. YAKUSHIN

*A. O. Pivovarova, A. S. Griboyedov Moscow University,
Moscow, Russia*

Аннотация. В статье проанализирован вклад известного литературоведа Н. И. Якушина в исследование сибирского периода жизни и творчества Ф. М. Достоевского. Показано, что профессор Н. И. Якушин – первооткрыватель этой темы, выявлена значимость

и новизна его исследования. Представлены конкретные материалы интервью с автором очерка «Достоевский в Сибири».

Ключевые слова: Н. И. Якушин, «ссыльнокаторжный», «Сибирская тетрадь», учение о «почве», христианские идеи.

Abstract. The article analyzes the contribution of the famous literary critic N. I. Yakushin to the study of the Siberian period of the life and work of F. M. Dostoevsky. It is shown that Professor N. I. Yakushin is the pioneer of this topic, the significance and novelty of his research are revealed. Specific materials of the interview with the author of the essay "Dostoevsky in Siberia" are presented.

Key words: N. I. Yakushin, "Exiled convict", "Siberian notebook", the doctrine of "soil", Christian ideas.

E-mail: aleksandra.pivovarova@inbox.ru

Объект научного интереса в настоящей статье – сибирский период жизни и творчества Достоевского, исследованный Н. И. Якушиным.

Достоевские правдивость, искренность и гуманизм, укоренившиеся в Сибири, не потеряли актуальности сегодня, в XXI столетии. Поисками ответа на «жгучие вопросы жизни» пронизаны гнусная инсценировка казни, каторжные работы и солдатчина великого писателя. До Якушина советское литературоведение, несомненно, обращалось к этому фактажу, но бегло, без пересмотра прежних верований и внимания к изменению мировоззрения Достоевского. Л. П. Гроссман, говоря в своих исследованиях, что уже в Омской тюрьме у «ссыльнокаторжного» сложились реакционные взгляды, что оттуда он вышел приверженцем православной церкви [1], оказывается правым. А вот утверждение М. А. Никитина в своей повести «Здесь жил Достоевский» о том, что писатель и после каторги остался убеждённым социалистом и сторонником идей Белинского [3], является ошибочным. Якушин же в своём очерке «Достоевский в Сибири» тонко наблюдает за сибирскими метаморфозами Достоевского, проникая в суть происходивших событий и давая им справедливую оценку. За что первый, кто из достоеведов, явился кавалером ордена «Звезда Достоевского».

Книга шестидесятых годов XX столетия в XXI столетии рецензировалась в моё интервью с профессором-словесником накануне его 95-летия.

«Достоевский, так он же сумасшедший!», – смеётся автор, рассказывая историю о том, как был встречен его труд. На одном из первых заседаний

институтской кафедры он прочитал фрагмент из своей кандидатской диссертации, посвящённой русской поэзии 40-х годов, где было раннее творчество Достоевского, о котором он писал. «Человек старой школы, внешне идеальный учитель гимназии», как называет его Якушин, послушал и сказал фразу о сумасшествии великого писателя. Докладчик незамедлительно оспорил, убедив всех экспертов: «А Горький сказал, что «по силе изобразительности Достоевский может быть поставлен только рядом с Шекспиром»». После этого отрывки из книги транслировались по радио, было несколько встреч с автором в городах Кемеровской области, состоялось торжественное собрание в колонном зале Дома Союзов, где был даже внук Достоевского. «Я, конечно, очень жалею, что тогда не подошёл к нему, не познакомился», – вздыхает Николай Иванович.

Таков был общественный резонанс несколько десятилетий назад. Сейчас же несправедливо нахождение книги в дальнем хранилище одной из центральных московских библиотек – в библиотеке им. Н. А. Некрасова. Современное клиповое мышление находит соответствия с художественным стилем Якушина. Он не просто ведёт летопись пребывания Достоевского в сыром каземате Алексеевского рavelина (самого страшного застенка царской России), в Омском остроге, в Сибирском линейном батальоне номер семь, расквартированном в Семипалатинске. Он мазками воспроизводит пейзаж («Жарким июльским днём по узкой горной дороге усталая тройка тащила запылённый экипаж. <...> у него блестящие крылья потускнели, покрылись толстым слоем пыли, краска выгорела на солнце и местами облупилась...»), детализирует интерьер («вопиющая нищета» в «грудах лохмотьев и тряпья», «тонких, как блинах, матрацах, «набитых сеном, а чаще всего соломой подушках», «полушубках арестантов, выношенных до кожи»).

Подобные пугающие впечатления есть в судьбе самого Якушина. Правда, нумерология событий различна, связана с ужасом Великой Отечественной войны и с зарождением интереса к фигуре Достоевского именно тогда. «Я сидел с немцами так, как вот с Вами сейчас сижу», – обращается ко мне ребёнок войны и вспоминает время того вражеского зрительного контакта, когда он оказался

близок к знакомству с творчеством великого писателя. А уже увлёкся им Николай Иванович, попав в больницу совершенно выжженного города Венёва Тульской области с порванными мышцами живота. В бывшем родильном доме с выбитыми окнами была библиотека, где он много читал, и ему попался роман «Преступление и наказание», который потряс его ужасом разрыва Раскольникова не только с человечеством, но даже с родной матерью, которую он не мог обнять.

«Человек есть тайна, и если ты всю жизнь будешь заниматься её открытием, то не считай, что жизнь прожил зря, открытием этой тайны и я занимаюсь, потому что хочу стать человеком», – прерывает своё военное воспоминание автор книги, цитируя студента Инженерного института Достоевского, а я вспоминаю о своей карандашной пометке на двенадцатой странице в виде вопроса «Удалось?». Речь идёт о попытке Достоевского вместе с петрашевцами Н. А. Спешневым и С. Ф. Дуровым организовать подпольную типографию. Мне как читателю интересно: удалось ли всё-таки осуществить это незаконное лихое дело? На что получаю ответ интервьюируемого: «Это был разговор между петрашевцами об обвинении – как раз-таки попытке организовать тайную типографию. Но она не была создана, нет сведений о её существовании. Это всё было в процессе обсуждения». Эта авторская ремарка весьма важна: Достоевский показан сторонником немедленной отмены крепостного права, критиком политики Николая I, ратоборцем за освобождение русской литературы от цензурного гнёта, за что был арестован, поддан сибирскому заключению.

«Неразборчиво» – это уже не моя пометка, а замечание в знаменитой «Сибирской тетради» Достоевского, куда каторжник записывал пословицы, поговорки, тюремные песни, отдельные арестантские выражения, вошедшие почти без изменений в «Записки из Мёртвого дома». Непонятную рукопись разобрал Якушин вплоть до аббревиатуры «ЭНЕЛЬ». «Даже такой известный исследователь Ферлендер, с которым я познакомился на научной конференции в Берлине, мы как раз об этом говорили, спросил меня: «А что это такое?» И вот я

тоже не знаю», – заключает Николай Иванович. Сибирский Достоевский остаётся неизведанным полностью, что стимулирует обращаться к изучению его пути, подвергнутому мукам.

«Лишняя фигура на шахматной доске каторжников». Таков ответ Якушина на мой вопрос о шахматной роли Достоевского во время ссылки в Сибирь. И объясняет он это, вспоминая сначала своё выигранное пари с близким другом детства Олегом Ефремовым («кто пять партий проиграет, тот должен отдать книгу» – Якушин получил книгу-бестселлер «Американская новелла XIX века», ныне хранимой музеем МХАТа), а затем историю, когда арестанты изъявили претензию к плохому кормлению, и Достоевский вместе с ними встал. А они ему сказали: «А ты-то зачем? Ты же своё ешь». Дело в том, что у Достоевского всё-таки были деньги, он, видимо, где-то покупал продукты, нормально питался, «не этой баландой», как выражается Якушин, которой кормили. Достоевский отвечал: «Я из чувства товарищества». А они ему: «А какой ты нам товарищ?» Его общение на каторге – один из важных моментов, который лёг в основу его учения о «почве» – он увидел: какая громадная пропасть лежит между простыми людьми и образованной частью русского общества, что, кстати, вечная проблема. Потом в какой-то мере это легло и в основу народнического мучения. «Сколько я вынес с каторги народных типов, характеров!.. Сколько историй бродяг и разбойников и вообще всего чёрного, горемычного быта. На целые томы достанет» [2, с.139], – писал Достоевский в письме к старшему брату.

«Письма Достоевского в Сибири были первой пробой пера после многолетнего вынужденного молчания», – заверяет Якушин. В них виден естественный Достоевский, оголённый правдой ссылных притязаний. В форме переписки создана повесть «Бедные люди», рассказ «Роман в девяти письмах». Частое цитирование сибирских писем писателя отличает художественное пространство Николая Ивановича от других биографических работ о Достоевском. Слышится то «дружески участливый», то «взволнованно страстный» достоевский голос.

Первый тон голоса звучал тогда, когда писатель обращался к Евангелию, которое было единственной книгой, разрешённой на каторге. Здесь он искал утешение, поддержку, разрешение сомнений. В очерке Якушин делает правильное умозаключение: «Образ Христа в глазах писателя был идеалом всепрощающего и смиренного человека, которому по мере сил и возможностей следовало подражать». [5] В подтверждение читателю в живой беседе он цитирует письмо Достоевского к Анненковой, жене декабриста: «Я в конце пути за эти четыре года каторги пришёл к очень простому выводу, что нет в мире ничего выше, священнее, прекраснее и совершеннее, чем образ Христа. Если бы мне кто-нибудь доказал, что Христос вне истины, а истина вне Христа, то я бы лучше остался с Христом, чем с истиной».

Страшные годы узника Достоевского – важный этап в формировании мировоззрения и творческого метода писателя. В рецепции Н. И. Якушина сибирский Достоевский отказался от былых устремлений (кружок Петрашевского с идеями социализма и революционного переворота), расширил представления о жизни, глубже узнал и почувствовал невыносимость страданий «униженных и оскорблённых», стал более чутким и отзывчивым к народу, пришёл к мечте о всемирном братстве в торжестве христианских идей.

– Николай Иванович, если бы Вы встретились с заключённым Достоевским, то что бы Вы ему сказали?

– Спасибо за девиз моей жизни, который звучит Вашими словами: «Правда выше всего, правда выше России, выше народа, правда прежде всего».

Список литературы

1. Гроссман Л.П. *Путь Достоевского*. – Л.: Брокгауз-Ефрон, 1924. – 236 с.
2. Достоевский Ф.М. *Письма*. Под ред. и с примеч. А. С. Долинина. – М.; Л.: Государственное издательство, 1928-1959. [Т.] 1: 1832-1867. - 1928. – VI. – 590 с.

3. *Никитин М.А. Здесь жил Достоевский: Роман в 33 сценах – М.: Современник, 1973. – 206 с.*
4. *Пивоварова А.О. Материалы интервью с профессором Н.И. Якушиным. 02.11.2022. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.iile.ru/>*
5. *Якушин Н.И. Достоевский в Сибири: Очерк из жизни и творчества. – Кемерово: Кн. изд-во, 1960. – 210 с.*



Научное издание

**РОССИЯ В МИРЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ
РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА
В ГУМАНИТАРНОЙ И СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ**

**Материалы XIV Международной научно-практической конференции
(Москва – Пенза, 21-22 ноября 2022 г.)**

Сдано в производство 01.12.2022. Формат 60x84 1/16. Бумага типогр. № 1.

Печать трафаретная. Шрифт Times New Roman Суг. Уч.-изд л. 22,52. Усл. печ. л. 17,11. Заказ № 3021.

Пензенский государственный технологический университет

440039, Россия, г. Пенза, пр. Байдукова/ул. Гагарина, 1а/11