

Научный вестник
Кубанского государственного университета

Медиакоммуникация

№ 1 (2) 2016

Выходит 2–4 раза в год. Издается с декабря 2015 года.

Учредитель – Кубанский государственный университет.

Адрес редакции: 350018 г. Краснодар, ул. Сормовская, 7. E-mail: kubgu@inbox.ru.

Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и коммуникаций (Роскомнадзор). Свидетельство о регистрации средства массовой информации
ПИ № ФС77-60936 от 02 марта 2015 г.

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ:

С.А. НЕБОЛЬСИН

доктор филологических наук,
профессор Института мировой литературы
им. М. Горького РАН

М.В. ШКОНДИН

доктор филологических наук,
профессор факультета журналистики
Московского государственного университета

П.Н. КИРИЧЁК

доктор социологических наук,
профессор кафедры журналистики
Московского гуманитарного университета

В.Д. ПОПОВ

доктор философских наук,
профессор Международного университета
природы, общества и человека «Дубна»

Б.Г. КОЙБАЕВ

доктор политических наук,
профессор Северо-Осетинского
государственного университета

Е.Г. БЕБИА

доктор филологических наук,
профессор Абхазского госуниверситета

В.В. СМЕЮХА

доктор филологических наук,
профессор Ростовского государственного
университета путей сообщения

А.Г. ШИЛИНА

доктор филологических наук,
профессор Крымского федерального
университета им. В.И. Вернадского

В.И. ШУЛЬЖЕНКО

доктор филологических наук,
профессор кафедры языкознания,
русской филологии,
литературного и журналистского
мастерства Пятигорского государственного
лингвистического университета

М.А. ХАКУШЕВА

доктор филологических наук,
профессор, ведущий научный сотрудник
отдела адыгской филологии
Кабардино-Балкарского института
гуманитарных исследований,
член Союза писателей РФ

Т.Б. ДЖАМБЕКОВА

доктор филологических наук,
профессор, профессор кафедры литературы
и методики ее преподавания Чеченского
государственного педагогического университета

Ш.Е. ШАЗЗО

доктор филологических наук,
профессор, зав. отделом литературы и фольклора
Адыгейского республиканского института
гуманитарных исследований им. Т. Керашева

В.З. ГАРИФУЛЛИН

доктор филологических наук,
профессор, зав. кафедрой татарской
журналистики Института социально-
философских наук и массовых коммуникаций
Казанского (Приволжского) федерального
университета

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Н.П. КРАВЧЕНКО – главный редактор, доктор филологических наук, профессор

Л.И. ДЕМИНА – зам. главного редактора, доктор филологических наук, профессор

Р.И. МАЛЬЦЕВА – зам. главного редактора, доктор филологических наук, профессор

Ю.М. ПАВЛОВ – доктор филологических наук, профессор

Г.М. СОЛОВЬЕВ – доктор филологических наук, профессор

А.Л. ФАКТОРОВИЧ – доктор филологических наук, профессор

Л.Н. ХОРЕВА – кандидат филологических наук

Д.А. НОСАЕВ – кандидат филологических наук

Е.Е. ЖУК – переводчик

Scientific Bulletin of Kuban State University **Media Communication**

N 1 (2) 2016

Issued 2–4 times a year. Published since December 2015. The founder – Kuban State University
Editorial Office address: 350018 Krasnodar, Sormovskaya Street, 7. E-mail: kubgu@inbox.ru
The journal is registered in the Federal Service for Supervision of Communications, Information
Technologies and Mass Media (Roskomnadzor). The registration certificate of mass media
ПН № ФС77-60936 of March 2, 2015.

EDITORIAL COUNCIL:

S.A. NEBOLSIN

Doctor of Philology
Professor of Institute of World Literature
named after M. Gorky RAN

M.V. SHKONDIN

Doctor of Philology,
Professor of Journalism Faculty
Moscow State University

P.N. KIRICHYOK

Doctor of Sociology,
Professor of Journalism Department
Moscow Humanitarian University

V.D. POPOV

Doctor of Philosophy,
Professor of Dubna International University
for Nature, Society and Man

B.G. KOIBAEV

Doctor of Political Science,
Professor of The North-Ossetian State University

E.G. BEBIA

Doctor of Philology,
Professor of Abkhazian State University

V.V. SMEYUKHA

Doctor of Philology,
Professor of Rostov State Transport University

A.G. SHILINA

Doctor of Philology
Professor of the Crimea Federal University
named after V.I. Vernadsky

V.I. SHULZHENKO

Doctor of Philology,
Professor of Department of Linguistics,
Russian Philology, Literature
and Journalistic Mastery

M.A. KHAKUASHEVA

Doctor of Philology,
Professor, Leading Researcher of Department
of Adyghe Philology Kabardino-Balkariya
Institute of Humanities Research,
Member of the Union of Writers
of the Russian Federation

T.B. DZHAMBKOVA

Doctor of Philology, Professor,
Professor of Department
of Literature and Teaching Methodology,
Chechen State Pedagogical University

SH.E. SHAZZO

Doctor of Philology,
Professor, Head of Department of Literature
and Folklore Adyghe Republican Institute
of Humanities Research
named after T. Kerashev

V.Z. GARIFULLIN

Doctor of Philology, Professor,
Head of Department of Tatar Journalism,
Institute of Social and Philosophical Sciences
and Mass Communications,
Kazan (Privolzhsky) Federal University

EDITORIAL BOARD:

N.P. KRAVCHENKO – Editor-in-Chief, Doctor of Philology, Professor

L.I. DYOMINA – Deputy Editor-in-Chief, Doctor of Philology, Professor

R.I. MALTSEVA – Deputy Editor-in-Chief, Doctor of Philology, Professor

YU.M. PAVLOV – Doctor of Philology, Professor

G.M. SOLOVYOV – Doctor of Philology, Professor

A.L. FAKTOROVICH – Doctor of Philology, Professor

L.N. KHOREVA – Candidate of Philology

D.A. NOSAEV – Candidate of Philology

E.E. ZHUK – translator

СОДЕРЖАНИЕ

МЕДИАКУЛЬТУРА И МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ

Хуако Ф.Н. Современный ход гуманитарной кавказской мысли в публицистике и в науке.....	5
Схакумидова М.С. Заблуждения коммуникативного партнера.....	11
Захарова М.В. Медиаобразовательные технологии в системе современной высшей школы.....	16

ЖУРНАЛИСТИКА КАК СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ИНСТИТУТ ОБЩЕСТВА

Денисов В.Л. Роль СМИ в повышении политического имиджа кандидата (на примере муниципальных выборов в г. Краснодаре).....	20
Никулин И.О. О системном характере развития советской сатирической печати в 1920-е гг.....	22
Шувалов С.С. Коммерческий прагматизм в контексте общества потребления: коммуникативный и социологический аспекты.....	26

ТИПОЛОГИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

Хлопунова О.В. Виртуальные выпуски в Сети: опыт регионов.....	30
Шкетова М.В. Поиск бизнес-моделей редакциями современных СМИ: традиционные и новые рынки сбыта и методы продаж.....	33

ЭЛЕКТРОННЫЕ СМИ В КОНТЕКСТЕ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Зуева Е.Ю. Сообщество «Вконтакте» как корпоративный медиаресурс.....	36
--	----

РЕКЛАМА И PR: ИНФОРМАЦИОННОЕ ПОЛЕ

Кравченко Н.П. PR - современный институт политического менеджмента.....	41
Киричѐк П.Н. Паблик рилейшнз как ресурс медиауправления.....	45
Немец Г.Н. Реклама как инструмент формирования потребительского решения в бизнесе: стратегии и тактики.....	49

ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЕ И КРИТИКА

Хакуашева М.А. Новые тенденции молодых северокавказских литератур: фольклоризм и его эволюция.....	53
Мороз О.Н. Философская концепция В.В. Розанова о душе в сатирической «Поэме» А.Н. Чичерина: «трансцендентный мир» и метафизика крови.....	60
Джамбекова Т.Б., Джамбеков О.А. Роль фольклорной семантики, поэтики и стилистики в художественной организации финальных сцен романа Магомета Мамакаева «Зелимхан».....	67
Чанкаева Т.А. Концепция добра и зла в повести М. Батчаева «Элия».....	72
Лоов Р.А. Человек в ситуации искусства: книга «Голос из хора» А. Синявского (А. Терца).....	76
Степанова В.В. Духовно-нравственные координаты героя деревенской прозы 70–80 гг. XX в.....	79
Кубанова А.А. Идеи жизни, смерти и счастья как объединяющие роман в рассказах З. Прилепина «Грех».....	81

ЯЗЫК И СТИЛЬ СМИ

Утков Г.Н. Гармония текста: форма и содержание.....	85
Молчанова М.М. Функционально-стилистический статус постперестроечных и современных медиатекстов.....	89

РЕДАКЦИОННО-ИЗДАТЕЛЬСКАЯ ПАРАДИГМА

Цаканян А.А. Региональные журналы в современном редакционно-издательском процессе.....	93
Гончаренко А.А. Конструктивистские принципы оформления изданий: границы понятия и возможности использования в современном книгоиздании.....	96

РЕЦЕНЗИИ

Факторович А.Л. Гармония поиска.....	103
--------------------------------------	-----

CONTENTS

MEDIA CULTURE AND MEDIA EDUCATION

Khuako F. N. CAUCASIAN HUMANITARIAN THOUGHT AND ITS CURRENT POSITION IN PUBLICISM AND SCIENCE.....	5
Skhakumidova M.S. MISCONCEPTIONS OF COMMUNICATIVE PARTNER.....	11
Zakharova M.V. MEDIA EDUCATION TECHNOLOGIES IN THE SYSTEM OF MODERN HIGHER EDUCATION...	16

JOURNALISM AS A SOCIAL AND CULTURAL INSTITUTE OF THE SOCIETY

Denisov V.L. THE ROLE OF MASS MEDIA IN THE INCREASE OF POLITICAL IMAGE OF THE CANDIDATES (USING THE EXAMPLE OF MUNICIPAL ELECTIONS IN KRASNODAR).....	20
Nikulin I.O. ABOUT THE SYSTEM CHARACTER OF THE SOVIET SATIRICAL PRESS DEVELOPMENT IN THE 1920-s.....	22
Shuvalov S.S. COMMERCIAL PRAGMATISM IN THE CONTEXT OF CONSUMER SOCIETY: COMMUNICATIVE AND SOCIOLOGICAL ASPECTS.....	26

TYPOLOGY OF JOURNALISM

Khlopunova O.V. VIRTUAL EDITIONS IN NETWORK: EXPERIENCE OF REGIONS.....	30
Shketova M.V. SEARCH OF BUSINESS MODELS BY EDITORIAL STAFF OF MODERN MASS MEDIA: TRADITIONAL AND NEW SALES MARKETS AND METHODS.....	33

ELECTRONIC MEDIA IN THE CONTEXT OF MASS COMMUNICATION

Zueva E.Y. COMMUNITY «VKONTAKTE» AS A CORPORATE MEDIA RESOURCE.....	36
--	----

ADVERTISEMENT AND PUBLIC RELATIONS: INFORMATIONAL FIELD

Kravchenko N.P. PR IS A MODERN INSTITUTE OF POLITICAL MANAGEMENT.....	41
Kirichyok P.N. PUBLIC RELATIONS AS A RESOURCE OF MEDIA MANAGEMENT.....	45
Nemets G.N. ADVERTISING AS AN INSTRUMENT OF FORMING CONSUMER DECISIONS IN BUSINESS: STRATEGIES AND TACTICS.....	49

LITERARY STUDIES AND CRITICISM

Khakuasheva M.A. NEW TENDENCIES OF YOUNG NORTH CAUCASIAN LITERATURES: FOLKLORISM AND ITS EVOLUTION.....	53
Moroz O.N. V.V. ROZANOV'S PHILOSOPHICAL CONCEPTION ABOUT SOUL IN THE SATIRICAL «POEM» BY A.N. CHICHERIN: «TRANSCENDENTAL WORLD» AND METAPHYSICS OF BLOOD.....	60
Dzhambekova T.B., Dzhambekov O.A. THE ROLE OF FOLK SEMANTICS, POETICS AND STYLISTICS IN ARTISTIC ORGANIZATION OF THE FINAL SCENES OF THE NOVEL BY MAGOMET MAMAKAEV «ZELIMKHAN».....	67
Chankaeva T.A. THE CONCEPT OF GOOD AND EVIL IN THE NOVEL BY M.BATCHAEV «ELIA».....	72
Loov R.A. A PERSON IN THE SITUATION OF ART: THE BOOK «A VOICE FROM THE CHORUS» BY A. SINYAVSKY (A. TERZ).....	76
Stepanova V.V. SPIRITUAL AND MORAL COORDINATES OF THE VILLAGE PROSE HERO IN THE 70-s AND 80-s OF THE XX CENTURY.....	79
Kubanova A.A. THE IDEAS OF LIFE, DEATH AND HAPPINESS CONNECTING A NOVEL IN STORIES «SIN» BY Z. PRILEPIN.....	81

LANGUAGE AND STYLE OF MASS MEDIA

Utkov G.N. HARMONY OF THE TEXT: FORM AND CONTENT.....	85
Molchanova M.M. FUNCTIONAL AND STYLISTIC STATUS OF POST-PERESTROIKA AND MODERN MEDIA TEXTS.....	89

EDITORIAL-AND-PUBLISHING PARADIGM

Tsakanyan A.A. REGIONAL MAGAZINES IN MODERN EDITORIAL AND PUBLISHING PROCESS.....	93
Goncharenko A.A. CONSTRUCTIVIST METHODS OF PUBLICATIONS TYPOGRAPHY: MARGINS OF NOTION AND POSSIBILITIES OF USAGE IN THE MODERN BOOK PUBLISHING.....	96

REVIEWS

Faktorovich A.L. HARMONY OF SEARCH.....	103
--	-----

УДК 001.92

Хуако Фатимет Нальбиевна

доктор филологических наук,

профессор Майкопского государственного технологического университета

СОВРЕМЕННЫЙ ХОД ГУМАНИТАРНОЙ КАВКАЗСКОЙ МЫСЛИ В ПУБЛИЦИСТИКЕ И В НАУКЕ

Аннотация: Статья посвящена рассмотрению позиций, выявляемых в текстах северокавказских литераторов: очерках чеченского писателя Германа Садулаева и статьях адыгского литературоведа Казбека Шаззо. Прослеживая ход их хроникальных и исследовательских размышлений, автор выстраивает некоторую конструкцию культурологических направлений, имеющих сегодня на Кавказе.

Ключевые слова: чеченский народ, адыг, история, культура, цивилизация, Герман Садулаев, Казбек Шаззо.

Khuako Fatimet Nalbievna

Doctor of Philology, Professor

Maikop State Technological University

CAUCASIAN HUMANITARIAN THOUGHT AND ITS CURRENT POSITION IN PUBLICISM AND SCIENCE

Abstract: The article is devoted to the consideration of the positions found in the texts of North Caucasian writers: essays by German Sadulaev, a Chechen writer, and articles by Kazbek Shazzo, an Adyghe literary scholar. Following their chronicle and research reflections, the author demonstrates culturological trends existing in the Caucasus nowadays.

Keywords: Chechen people, Adyghe, history, culture, civilization, German Sadulaev, Kazbek Shazzo.

Начнем со слов безвременно ушедшего от нас в мае 2015 г. адыгского академика Казбека Шаззо: «Мало, очень мало в современном социуме гуманитарного вещества, теряется какое-либо человекоподобие, утрачивается, а не культивируется книга и все, что она содержит. Профессор (особенно гуманитарный) опущен намного ниже возможного» [1, с. 3]. И в подтверждение этим актуальным словам обратимся к одному из современных публицистов. Вовлеченным в диалог читатель начинает себя чувствовать с первых строк книги очерков «Прыжок волка» Германа Садулаева (2012). Уже в авторском предисловии писатель высказывает признательность заинтересовавшемуся его очерками читателю, наделяет собеседника целым рядом положительных качеств (вдумчивость, пытливость, заинтересованность) и, исходя из этого, считает читательский интерес справедливым. Несомненно, уже одно это располагает коммуниканта-получателя к коммуниканту-отправителю, что и подтверждается дальнейшим ходом мыслей Г. Садулаева, весьма смело и ярко шутящим здесь по поводу возможных судеб России (Г. Зюганов – в роли следующего президента страны до 2016 г. и т. д.). Но в целом настрой предис-

ловия – это несколько оправдательная интонация автора за свои будущие недочеты, с возможностью некоторого отступления, поскольку прошлое потенциально отдалается, будущее – приближается, в связи с чем прошлое гораздо менее изучено и известно нам сегодня, о чем и говорит автор, формулируя некое оправдание своей возможной резкости и жесткости.

Имеет место в предисловии и пояснение публицистом личной психологической мотивации, побудившей его после художественного творчества (романов, повестей, рассказов) взяться за написание очерков по политической истории. Называя собственный труд «прямым высказыванием», Г. Садулаев этим провозглашает определенный девиз всей публикации, а мы уже начинаем ждать от данной книги объективной и честной позиции по поводу описываемого. Что и получаем в дальнейшем.

Вопросы мотивации собственной творческой деятельности автор поднимает и далее, во введении. Переходя здесь уже к хроникальной истории и рассматривая ее как частый на сегодняшний день в литературе (и не только) объект изучения, он анализирует имевшиеся в нашей стране исторические

подходы, допускавшие различные отклонения и отступления. Это позволяет ему сделать итоговую ремарку о потенциальной опасности имевшегося в прошлом исторического мифотворчества для действующего настоящего: «История – это бочка с порохом, а каждый из нас держит в руках фитиль и пляшет на крышке свои безумные танцы. Мы, бывает, просто хотим покрасоваться или похвастаться количеством прочитанных книг, а в результате все взлетает на воздух. История – это предмет, с которым нужно быть предельно осторожным» [2, с. 15]. Традиционно на сегодняшний день известно, что подобное безумие этих «танцев» обусловлено преимущественно незнанием того, что есть Чечня, кем являются чеченцы, каков потенциал России в выстраивании отношений с горцами и насколько точно сформулировано право народов на самоидентификацию. Кроме того, есть еще целый ряд невыясненных, дожидаящихся исследования обстоятельств, каждое из которых можно считать условно неким базовым камнем, лежащим в основе разрешения северокавказской проблематики. И именно в этом информационном назначении – в развенчании имеющихся в современном видении мифических стереотипов о Кавказе – и видит Г. Садулаев собственную творческую миссию, благородную и великодушную в сегодняшних социально-политических условиях.

Но перед тем, как начать исполнять избранную миссию, он считает необходимым достойно «определить точку отсчета» и уже в первой части («Хазария»), в подпункте «Начало», высказывает свои соображения по поводу зачина, имевшегося при появлении родной ему цивилизации (Чечня). Стараясь учитывать различные научные позиции, он сопровождает их собственными комментариями и замечаниями, что помогает читателю узнать позицию автора. Отклоняя отнесенность к древней цивилизации, писатель считает точкой отсчета политической истории чеченского общества год 650-й, пору образования Хазарского государства, предпосылки чего анализирует в следующем подпункте («Хазария»). В другом подпункте той же части («Иудаизм») автор приступает к изучению религиозных поисков и метаний описываемой им хазарской цивилизации, оправдывая эти перепады не духовными, внутринациональными, а чисто политическими – как внешними, так и внутренними поводами. Подобное рассмотрение тогдашнего государственного устройства автор сопровождает актуальными сегодня параллелями – рассматривает федеративные принципы РФ и различный правовой, экономический и личностный статус стоящих на разных уровнях субъектов федерации («ассоциированные», «данники»). Мысли автора, благодаря ряду замечаний о трудностях установления единой идеологии, религии, порядков,

видятся нам вполне применимыми к современной федеративной обстановке: «Было трудно установить единую систему права, налогов, призыва на военную службу – а без всего этого государство не существует» [2, с. 35].

Как известно, в северокавказском регионе проживают более четырех десятков наций, обладающих совершенно разными языками (чеченцы, ингуши, аварцы, даргинцы, лезгины, лакцы, адыги говорят на языках кавказской языковой семьи; осетины – на языке иранской группы, а кумыки, ногайцы, балкары и карачаевцы – на тюркских языках). Однако, несмотря на это различие, территориальным соседям свойственны достаточно своеобразные, нехарактерные для остальной России ментальные и этнонациональные качества. Это предполагает сложившееся за границами Северного Кавказа восприятие его представителей в качестве цельного компонента, обозначаемого хорошо всем известным сегодня социально-политическим выражением – «лицо кавказской национальности», информационно-насыщенный портрет которого писатель дает на своих страницах.

Применительно к хазарам IX в. Г. Садулаев эмоционально и заинтересованно ведет речь о принятии здесь иудаизма, подчеркивая некую «странность» сего факта, анализируя плюсы, ниспровергая минусы и оценивая сие действо с точки зрения национальных интересов. Подобные размышления позволяют автору перейти к вопросу исламизации родного ему мира. Рисуя полотно исторических обстоятельств, способствовавших обращению соплеменников к исламу, и называя «конец Хазарии» «началом исламизации Северного Кавказа», Г. Садулаев объясняет этот факт необходимостью «вписывания в существующую геополитическую реальность» [2, с. 45].

Следующий подпункт данной части («Работоговля») излагается в тоне, напоминающем советскую идеологию. Называя создаваемое в обществе сословие «паразитирующим», Г. Садулаев обнажает собственную позицию по отношению к нему как к «группе избыточного потребления», осуждает его в стремлении к роскоши, высмеивает его потребность в ненужном. Здесь он сильно напоминает воспитанного в прошлом (советском) веке человека, что позволяет читателю простить ему это, поскольку читатель сам – выходец из времени тех пафосных лозунгов и транспарантов. Причем рисуемые автором взаимоотношения этнических и социальных групп во многом идентичны современным: дешевая рабочая сила, понаехавшие мигранты, второсортность их с точки зрения местного населения и т.д. Весьма и весьма узнаваемо для современного российского общества следующее (что не забывает тактично подчеркнуть рассказчик): «если пытливый читатель отметил для себя из вышеприведенного абзаца пару

или несколько причин, почему ультрасовременному капитализму в его самой продвинутой и культурной форме до сих пор нужны и выгодны иностранные мигранты, приезжие рабочие, гастарбайтеры, то такие выводы остаются на совести читателя: автор в данном случае рассказывает только о раннем Средневековье» [2, с. 49].

После посвященного евреям одноименного подпункта с выводом об их несомненном влиянии на отечественную революционность прошлого века автор обращается с хронописанием к русскому князю Святославу, пришедшему в 940 г. уничтожать Хазарию. Причем здесь не осуществимо было не только сколько-нибудь реальное единение региона под государственным началом, но и какое-либо слияние (крепко и надолго) хотя бы двух коренных горских этносов. Широко распространенное в ту пору меж- и внутринациональное несогласие, битвы и нападения столетиями оказывались традиционным и привычным жизненным стилем, оттого что обособленность родов и племен возводила тогда стену непонимания даже между соседями по аулу. Потенциальные фамильные, родовые и племенные духовно-нравственные пристрастия нередко и строго преобладали над общими национальными предпочтениями и еще более часто – над интересами всего Северного Кавказа. И эту первую Русско-Кавказскую войну, ведомую аланами и черкесами против Святослава, автор считает неопровержимой демонстрацией процесса «славянской колонизации этих мест». На основании этого он и делает вывод по главе: «И тогда уже не заладились отношения с русами-славянами; а ведь именно с ними было назначено судьбой и далее жить в одном государстве» [2, с. 68]. Далее следует изложение собственной позиции по Алании.

Приводя подробные данные документальных и археологических источников, Г. Садулаев комментирует и поясняет читателю некоторые факты, создавая тем самым собственную палитру событий. Спорит о том, кто главенствовал в Алании и не были ли сами аланы чеченцами, а если нет, то какое они имели отношение друг к другу. Рассуждая об этом в подпункте «Вайнахи и аланы – счет 1 : 1», автор приводит ряд имеющихся по этому поводу выводов и мнений. Объясняя политизированность своего труда, писатель настаивает на том, что продуцируемый им текст построен именно на политической подоплеке научных, частных и общественных версий.

Автор анализирует распространение христианства на Кавказе, ссылаясь на влияние соседних Алании, Грузии и делает вывод о затрудненном распространении православия в чеченских землях, отмечая самостоятельность своих предков в религиозных предпочтениях, когда каждое инородное (идейное, экономическое либо религиозное) воз-

действие весьма тяжело принималось в горских культурах. Начавшееся в IV в. проникновение православия так и не углубилось в эту зону. Как известно, христианство больше было распространено среди осетин в XVII в., мусульманство предпочитала примерно половина адыгов (черкесов), а чеченцы и дагестанцы принимали его преимущественно. Изначально религия выступила в роли боевого стяга для сопротивлявшихся русскому воздействию кавказцев. Посылom протестных выступлений послужило настойчивое освоение горных территорий русскими войсками, неминуемо завершавшееся лишением местных жителей права на собственность.

Коренные идолопоклоннические приоритеты оказались гораздо более жизнеспособными. Аборигенные поклонения, замысловато переплетавшиеся с ингредиентами православия и мусульманства в различных соотношениях, составляли в своем комплексе северокавказскую идеологию предыдущих веков: «Возможно, чувствовали свое иное конфессиональное предназначение. Хотели сохранить свою обособленность. Или придерживались, помимо традиционных верований, еще и своей «контрафактной», горской версии иудаизма, унаследованной Хазарским каганатом как память о веках, сложных, но исполненных исторического значения для нахских племен» [2, с. 91]. Таким образом автор подчеркивает значение независимости, присущей горским народам.

Посвятив читателя в подробности работорговли в Алании, Г. Садулаев, говоря о жестокости дикого рынка рабов, размышляет о том, как по воле истории «сгинули аланы», а число вайнахов позднее умножилось и они оказались стержневым этносом в регионе, ставшим реальным предшественником сегодняшних чеченцев и ингушей. Все подобные территории оказывались жертвами соседей, «равнинных» наций. Но жертвами это мы их называем, а Г. Садулаев, если судить по следующей главе («Кабарда»), считает подобное соседство неким двигателем прогресса. Здесь он напрямую признает адыгские народы, начавшие свое продвижение с запада на восток, в частности кабардинцев, одними из самых прогрессивных субэтносов.

Социальные модификации кабардинцев, описываемые Г. Садулаевым, любой представитель адыгского этноса сочтет за приятный комплимент, за что следует поблагодарить словотворца. Он изображает в подобной (модернизационной) тональности и государственное устройство адыгов, и их бытовой уклад, и семейный патриархат, доходя в них до того, что называет Кабарду «Парижем» региона, строящим и формирующим национальные вкусы, диктующим моду и определяющим национальную экзотику для соседних народов. Причем автор справедливо и, главное, уверенно проводит

мысль об успешности модели социально-политического устройства, утверждавшуюся кабардинцами рассматриваемого периода, которые дошли в своих захватах до Каспия и широко внедрились на Кавказе. Аргументирует свою уверенность он так: «Именно превосходством в политической технологии объясняется успех Кабарды и ее влияние на Северном Кавказе в отрезок времени, примерно равный трем столетиям, – с XV по XVIII в.» [1, с. 134]. Подобное распространение доходило до того, что черкесские князья принимались и в социум других народов. Так, автор описывает ситуацию, когда чеченские общества условно принимали протекторат черкесского или грузинского князя, присваивая ему право распоряжаться какой-либо землей. Но, признает рассказчик, взаимоотношения с ними в стране не удавались ввиду излишней настойчивости и напрасной активности таких деятелей. Далее Г. Садулаев переходит к размышлениям «Недобровольное вхождение», оправдывая своих соплеменников их незнанием, непониманием того, что они получают, меняя султана на царя.

Социально-политическое и военное движение под предводительством религиозного лидера Мансура отнюдь не стало повсеместным. В противовес восставшим, возможности коих являлись весьма скромными, функционировали не одни лишь русские штатные отделы и казаки, но и имевшееся тогда в распоряжении у власти разноразнонациональное «земское войско», состоявшее из местных волонтеров, вступивших в российское гражданство. Но Г. Садулаев отнюдь не лишает своего знаменитого чеченского соплеменника завоеванной им в истории славы. Отчаянно сражавшийся за земли предков шейх Мансур представлен писателем в одноименном подпункте, приобретая в авторских комментариях типаж святого. Переставший однажды находить соратников среди своих соплеменников, Мансур в один прекрасный день ушел к черкесам, те с восторгом (если верить автору) его приняли и несколько лет, возглавляемые им, сражались на фронтах Кавказа.

И следующий исторический персонаж, выводимый Г. Садулаевым на первый план также в одноименном подпункте, – имам Шамиль, пришедший в горную Чечню со стороны Дагестана и принятый ею должным образом. Именно подоплеку принятия Шамиля Чечней и анализирует автор далее, рассуждая о России как о «новом друге», который «оказался таким, что никаких врагов не нужно. В частности, Россия стала селить на дефицитные земли своих русских переселенцев, как будто им мало своей огромной страны! И вообще, накладывала на все свою медвежью лапу (сначала мягко, потом – тяжело) и ставила свой сапог немецкой выделки» [2, с. 164]. Шамиль, являющийся последним и наиболее прославленным вождем

северокавказского ополчения, не сумел добиться желаемого преимущественно оттого, что предстал перед собственным народом судьбоносно неправым. Стремившийся выстроить мощную теократическую державу, он изводил тех, кто ограждал давние хроникальные обычаи. В итоге некоторые чеченские тейпы не включились в мятежи, отдельные поднимались против Шамиля и принимали позицию русских («Хаджи-Мурат» Л.Н. Толстого).

Революционные события начала прошлого века в России не оставили равнодушными и кавказцев. Часть из них выдвинулась в защиту свергаемых капиталистов, другие (в частности, ингуши) объявили себя в идеологической зоне большевиков, однако только в связи с необходимостью проявить противовес собственным давним врагам аланам, уважавшим буржуазию. Преимущественная часть северокавказских народов к беспорядкам в России отнеслась спокойно и порой даже безразлично. Экономический прогресс шел чрезвычайно неспешно, поскольку региональный капитализм не сложился, а бизнесмены из прочих территорий не торопились инвестировать финансы в мало-развитый, постоянно тревожный регион. Добыча нефти в г. Грозном велась в больших масштабах, однако оказалась единственным для того периода промышленным комплексом на Северном Кавказе.

Ни в процессе революционного излома 1905–1907 гг., ни в ходе Первой мировой войны обстоятельной, противоречащей власти политики здесь не прослеживалось. Однако находились потенциальные и долговременные «клиенты» советских лагерей 30-х гг.: трудно сосчитать случаи воровства, издевательств, резни и гибели, описанные в мемуарах и в записях оставшихся в живых и оправданных прежних идеологических арестантов, принадлежавших ГУЛАГу.

Вторая мировая война не остановила этот процесс повсеместной «лагеризации». Вождь тогдашнего режима И.В. Сталин провел отбор штатных сотрудников для управления регионом, сохранил приспособленцев, наиболее невежественных людей, но порой и их подвергал испытаниям. Состоявшаяся в 1944 г. массовую депортацию (ингуши, чеченцы, калмыки, карачаевцы, балкарцы, ногайцы) можно считать очевидным злодеянием режима. В ответ на такую вызывающую и безжалостную тактику местные жители были вынуждены прибегнуть к противостоянию, после чего им уверенно приписали предательство Родины и на том основании сослали в Казахстан, Киргизию, Сибирь. Гонения на собственное население (не включая казней) приобретали мощь. По официальным данным, на 01.01.1930 находившихся в заключении осужденных было 179 000 чел., на 01.01.1931 – 212 000 чел., на 01.01.1932 – 269 000 чел., на 01.01.1933 – 1 317 000 чел. Таким образом, налицо

практически семикратное увеличение числа обреченных.

В последующем повествовании Г. Садулаев обращается к более современной чеченской тематике, касающейся уже наших поколений. В течение трех лет российского усмирения попытавшейся приобрести независимость Чечни пресса употребляла такое имя должности Дж. Дудаева, как «президент», соглашаясь фактически с состоявшейся суверенностью государственного образования, отнюдь не понятого на планете. Однако вскоре после этого его и его соратников внезапно нарекли «бандформированием», что тоже нельзя считать реальностью. Бандитские формирования и группы обычно организованы в преступные шайки, зарабатывают кражей, применяют и разносят в собственной сфере наркотики, плотно вооружены. Акции же Дж. Дудаева и его группы следовало бы квалифицировать как снабженный оружием бунт, сориентированный на силовое отщепление доли, считающейся российской землей.

Но вернемся к анализирующему новую, постсоветскую Чечню Г. Садулаеву. Представляя себя в качестве выходца из советской Чечни, автор рассуждает о знании языков – русского и родного, чем вызывает несомненное согласие читателя, который сам жил и живет с данным комплексом, называя себя тем или иным этнокомпонентом, но не умея что-либо сформулировать на языке своего народа, – насколько знакомы (причем болезненно знакомы) эти ощущения многим нашим соплеменникам. Так и автор книги, рассматривая творчество и деятельность чеченского активиста позапрошлого века Умалата Лаудаева, не забывает проводить параллели со своим творчеством и со своей судьбой. Выросший среди терцев, а не чеченцев, Умалат русский язык знал отлично, а вот по поводу чеченского у автора есть сомнения: «Думаю, что Умалат говорил и понимал по-чеченски. Но хуже, чем по-русски. Примерно как я» [2, с. 170].

Северокавказские территориальные образования устойчиво трансформировали пределы и свое государственное устройство, всевозможные этносы не уставали сливаться либо члениться. Подобным образом и с помощью государственного чиновничества появились коалиции различных наций (Карачаево-Черкесия и Кабардино-Балкария). В рубежи таких образований, как и в Чечено-Ингушетию, включились казачьи поселения, усложнив межнациональный диалог. И в целом вся последующая часть книги, включающая главы «СССР» и «Субъект Федерации», не лишена оккупационной интонации и, надо сказать, позволяет всем жителям северокавказских республик просматривать собственные этнониты в этих рассуждениях чеченского автора. Та же оккупация, та же затаенная злоба, те же горькие плоды. Ну и та же сегодняш-

няя государственность с «Красной Москвой», с ее снабжением и нашим отсутствием какого-либо волеизъявления. Как говорит об этом автор очерков Г. Садулаев, «время широкой коалиции, однако, закончилось. Установился режим личной власти главы республики со всеми особенностями подобного режима. Экономическая, культурная, политическая и социальная интеграция Чечни в российское пространство остается очень низкой и, пожалуй, продолжает сходить на нет. <...> Полным ходом идут процессы клерикализации всех сторон жизни» [2, с. 244].

Итоговые выводы по изданию автор пытается делать с обеих этнопозиций, отчего у читателя остается ощущение объективности и, следовательно, – благодарности очеркисту за представленную концепцию. Весьма «в тему» оказываются недавние слова Казбека Шаззо, сказанные им в том же, цитируемом нами в начале статьи, интервью 2014 г.: «Сегодня, будь моя воля, здесь, в МГТУ (Майкопский государственный технологический университет. – *Ред.*), я бы создал факультет культурологии по всем гуманитарным направлениям – и социологии, и истории, и филологии, и философии. И еще включил бы то, что сегодня весь цивилизованный мир преподает особенно интенсивно, – актерское мастерство. Любой специалист-технар, получивший диплом и отправившийся на работу, заведомо обречен на ту или иную коммуникативную деятельность, и потому внимание развитого американского общества к коммуникативным навыкам каждого специалиста считаю вполне оправданным и не менее необходимым нашим специалистам. А культурологический факультет в целом – это просто идеальная модель здесь для нас сегодня» [1, с. 3].

Обратимся более подробно к культурологически насыщенной деятельности адыгского профессора, отдавшего свою жизнь донесению литературы до человека и привнесению человека в литературу. В доказательство оправданности своего обращения приведем его обширную цитату, в которой он объясняет такую востребованность литературы в нашем обществе: «Природу литературы исследуют давно, но каждая вроде бы изученная, апробированная проблема порождает десятки новых, естественно, актуальных неизученных вопросов. Потому что: сколько людей, столько и проблем, сколько художников – столько и теорий художественного творчества. Природу художественного творчества, его «особность» трудно описать, если это возможно вообще» [1, с. 2].

Все написанное Казбеком Шаззо работает на укрепление общенациональной культуры. Ошутимое число его работ требует периодического комплектования и систематизации. Именно систематизации обширного материала и способствует

увидевший свет уже в 2014 г. трехтомник «Избранные труды». На самом деле, выявить неповторимые качества национального словотворчества на протяжении более чем векового развития, если требуется обозначить его своеобразие, но при этом и общие, схожие черты, – подобная установка весьма трудоемка даже для опытного ученого. Авторские размышления в таком ключе захватывают и собеседника, по-доброму заражают его, нередко инициируют жажду ответить, прокомментировать и вступить в обсуждение. Сам Казбек Шаззо, формулируя целевые установки критики, отмечал, что данное производство постоянно обязано оставаться жарким. Строя рассуждения крайне логично, исследователь, однако, не забывает и об этом пламени: аналитика предстает весьма экспрессивной. Литература, которую он видит, как родной отец свое дитя, не может восприниматься им ровно и сухо, как не может таковым предстать любой ребенок любому родителю. Максимальная и постоянная отзывчивость, обязательная в созидательном слогe ученого, есть непреложная деталь единого гармоничного, монолитного организма, коим является его профессиональное мастерство.

Попытаемся описать собственные наши ощущения: прочитана очередная статья мастера, и тогда, рассчитывая прикрыть том, мы надеемся обратиться к другим делам. Но не удастся. Глаз ловит очередной статейный заголовок, обещающий продолжение авторского спора с кем-либо. Такая перспектива не позволяет отвлечься, поскольку уже известно, насколько занимательна дискуссионная логика Казбека Шаззо. Нередко и хорошо изученную проблематику ему удается преподнести под своеобразным и внезапным (а в итоге более приближенным к правде) углом зрения. Здесь необходимо проститься с наивным стремлением закрыть том. И снова, удивленные, мы оказываемся в пространстве редкостного, оптимально вольного авторского слога.

Скрупулезно разбирая литературный механизм, Казбек Шаззо обнаруживает кладезь мудрости содержания и вероятный потенциал адыгского художественного творчества. Автор трехтомника компетентно воплощает закон историзма, причем в разных ракурсах – и относительно настоящего,

и применительно к минувшему. Собственно историзм, т. е. рассмотрение произведений относительно разновременных общественно-политических обстоятельств, оказался стержнем мировоззрения автора. Развивая в адыгском литературоведении данное качество, ученый убеждает общество в том, что такое свойство ощутимо в адыгской прозе нашего времени и оно способствует тому, что и эпика, и лирика стараются воспроизвести прошлое, минованный маршрут с высоты современности и тем самым сопоставить разновременные пласты. Вследствие этого читатель может увидеть в таких объемных насыпях конкретные осколки. Любая грань каждого из этих камней сверкает в лучах светила – светила, каковым оказалось сияющее слово маэстро. Поистине очевидно: если бы не эти лучи, залежались бы такие камни, чаще тусклые и хмурые, оказавшись только сухой событийной хроникой. Однако не может позволить такого мастер. Роскошество стати и своеобычие доктрины, поэтическое излияние научной субстанции позволяют нам констатировать не только художественную, но и психологическую грани его литературоведческого текста.

Общепринято, что обычный рядовой исследователь, аналогично прозаику и поэту, надеется не только информативно, но также идеологически и экспрессивно подействовать на собеседника, оттого собственную позицию, собственные расположение и неприязнь он пытается сформулировать и изложить наиболее доказательно и колоритно. Как раз такое аналитическое искусство в абсолютной степени и освоено Казбеком Шаззо. Одновременно необходимо выделить его самобытную авторскую твердость и непредвзятость, беспристрастность, проявлявшуюся и с возрастом, и по мере накопления его созидательного багажа.

В целом и в статейном, и в очерковом слогe обоих авторов присутствует обезоруживающая чистота представлений, проявляющаяся в искренней открытости экзальтированных одобрений и еще более – пронзительных несогласий; в явной правдивости исповедей, когда автор многократно винится перед благодарным читателем в собственных давних просчетах и в неведении каких-либо истин. Критика мастеров активна, обоснованна, но ее ключевое качество – благосклонность.

Библиография использованных источников:

1. Живое слово, способное выразить музыку души (к 75-летию К.Г. Шаззо) : интервью // Технолог. 2014. № 1 (март). С. 3.
2. Садулаев Г. Прыжок волка. М., 2012.
3. Шаззо К.Г. Избранные труды : в 3 т. Майкоп, 2014.

References:

1. A living word, which is able to express the music of the soul (devoted to the 75th anniversary of K.G. Shazzo): Interview // Tekhnolog. [Technologist]. 2014. № 1 (March). P. 3.
2. Sadulaev G. Wolf jump. M., 2012.
3. Shazzo K.G. Selected Works: (in 3 volumes). Maikop, 2014.

ЗАБЛУЖДЕНИЯ КОММУНИКАТИВНОГО ПАРТНЕРА

Аннотация: В статье рассматривается вопрос о заблуждениях говорящего и слушающего, о негативных последствиях такого общения. Сделана попытка представить разновидности заблуждений человека в отношении адресата и описать некоторые из них, проиллюстрировав примерами. Показано, что заблуждение отрицательно влияет на оценку говорящими друг друга и результативность их взаимодействия. Установлено, что решение вопроса о гармоничном общении возможно при учете риторикой достижений других наук, всесторонне рассматривающих человека как феномен.

Ключевые слова: коммуникативный партнер, манипуляция, барьер общения, топология, фасцинация, суггестор.

Skhakumidova Mariet Setovna

Candidate of Pedagogics

Associate Professor of Department of Russian language Adyghe State University

Maikop

MISCONCEPTIONS OF COMMUNICATIVE PARTNER

Abstract: The article discusses the misconceptions of a speaker and listener, about the negative consequences of such communication. The author makes an attempt to provide a variety of misconceptions of a person towards the recipient and to describe some of them, illustrating by examples. It is shown that misconception affects negatively on the speakers' assessment of each other and on the effectiveness of their interaction. It is established that the solution of a question of harmonious communication is only possible when together with rhetoric taking into account the achievements of other sciences, comprehensively considering MAN as a phenomenon.

Key words: communicative partner, manipulation, barrier of communication, topology, fascination, suggestor.

Формулировка темы о заблуждениях коммуникативного партнера – свидетельство правомерности исследования данного вопроса, так как является объектом не только риторики, но и других общекультурных наук.

Заблуждением в речевом общении принято считать «недопонимание», «ошибку», «ложное мнение» об оппоненте, что влечет за собой неправильную оценку и некорректное поведение говорящих по отношению друг к другу. Феномен «заблуждение» существовал с давних времен и под разными наименованиями рассматривался еще в Древней Греции, а затем в Риме учеными, философами Гераклитом, Сократом, Цицероном и другими. Однако точного определения понятия и специального исследования по данному вопросу не существует. «Заблуждение» говорящего – результат неправомерной деятельности человека, неправильного направления его мышления, неоднозначность и неопределенность его взглядов на явления объективной действительности.

Поэтому существует необходимость искать их причины и факты, из которых они проистекают.

Поиску причин, обуславливающих заблуждение человека, и посвящена данная статья. Вопрос этот весьма спорный. Возможен ответ, что заблуждение лишь промах, не заслуживающий серьезного внимания. Но может существовать точка зрения: заблуждения общающихся людей (Я + Я, Я + Масса) могут представлять серьезную преграду для их взаимопонимания и нести угрозу Человеку, людям, обществу.

Проблема «заблуждение» говорящих не поднималась ни в гуманитарных, ни в точных науках, так как считалось, что она либо не существует, либо не очень актуальна. Поэтому она представляет определенные затруднения при выборе методологического инструментария. Вторая трудность заключается в том, что науки не рассматривали эту тему через призму Человек, его мышление.

В 80-е гг. прошлого века и начале XXI в. в риторике и смежных науках о человеке сложились две методологии, не конкурирующие, но дополняющие друг друга. Первая – наша отечественная школа риторики, которая придерживается принципа бесконфликтного общения, берущего свое начало у

ученых Древней Греции и Рима (Сократ, Платон, Аристотель, Цицерон, Квинтилиан) и ученых России во главе с М.В. Ломоносовым. Вторая – школа зарубежных ученых в области риторики, психологии, философии, психиатрии, утверждающая необходимость противостояния агрессии оппонента путем применения его приемов манипуляции, давления: Карстен Бредемайер (Германия), Эверетт Шостром (США), Иствуд Атватер (Нидерланды), Пол Экман (США), Хофманн Эберхардт (Германия), Джон Фаулз (Англия), Дарио Салас Соммэр (Чили), Йохан Хейзинга (Нидерланды). Не отрицая значимости бесконфликтного, гармоничного общения, которое признают ученые всех стран, тем не менее вторая – зарубежная школа допускает принцип противостояния агрессивному оппоненту, следуя его же приемам манипуляции. Наконец, в практическом аспекте исследования мы придерживаемся методологии анализа человека как носителя полноценного мышления, определяющего его поступки, в том числе мыслительно-речевые его предпочтения.

Возрождение риторики в 80-е гг. прошлого столетия имело большое значение в науке и образовании. Огромную роль в становлении и развитии педагогической риторики сыграла Таиса Алексеевна Ладыженская, которая возглавляла «Школу» молодых исследователей, активно разрабатывавших теоретические основы науки и внедрявших эти изыскания в практику. Под ее руководством поднимались не только актуальные, но и не затронутые ранее вопросы.

Базой, фундаментом дальнейшего развития педагогической риторики явились ее книги. Так, в монографии «Система работы по развитию связной устной речи учащихся» освещаются такие вопросы, как средства выразительности устной речи, приемы подготовки к устным высказываниям, монологическая и диалогическая речь и другие – сегодня еще более актуальные, чем прежде [6].

До сих пор востребована и активно используется книга Т.А. Ладыженской «Живое слово. Устная речь как средство и предмет обучения». Вопросы о разновидностях устной речи, о коммуникативной деятельности учителя, о ситуациях общения – это все то, что студенты должны усвоить в вузе. Кроме того, книга освещает материал о развернутых устных высказываниях на русском языке, построение которых вызывает особые затруднения обучаемых. И сегодня данная проблема одна из острых в науке [7].

Огромную роль в разработке вопросов риторики как науки и становлении ее как учебного предмета в вузе и школе сыграли исследования Анны Константиновны Михальской. В ее книге «Педагогическая риторика. История и теория» содержится тщательный анализ гармониру-

ющего диалога у Сократа и его последователя Цицерона. Сократовский эвристический диалог, задачей которого являлся поиск истины и смысла жизни, говорит автор, преломляется у Цицерона в гармонирующий диалог, задачей которого является гармонизация взаимодействия, а тем самым – гармонизация внутреннего мира собеседника. Суть речевого общения, по Цицерону, умиротворение внутренней жизни слушателя и успокоение его страстей (исцеление души). Поэтому решение этой задачи с помощью речи возможно, отмечает А.К. Михальская, при условиях:

- 1) избавить слушателя от ложных мнений (т. е. заблуждений);

- 2) успокоить его страсти [9].

Кроме названных ученых, большой вклад в развитие риторики внесли М.Р. Львов, Н.А. Ипполитова и многие другие.

Исследование в общей и педагогической риторике предопределили наше внимание к феномену ЧЕЛОВЕК, поскольку вопрос о его заблуждениях по отношению к собеседнику недостаточно изучен в науке.

Однако с научной точки зрения нельзя дать оценку качеству вербального и невербального взаимодействия между людьми, не изучив скрытые факторы, лежащие в основе речи, присущие личности, отдельно взятому человеку, группе, массе людей. Именно они определяют феномен коммуникации: существовала ли она в правильном смысле этого слова; была ли правдивой и эффективной речь говорящего; каковы барьеры неэффективного общения и т. п. По Иствуду Атватеру, между коммуникантами любого уровня может появиться недопонимание, ошибка, если существуют барьеры общения, количество которых у автора колеблется от 12 и более [1].

Опираясь на опыт и специальный анализ речевого поведения большого количества людей, можно представить следующий перечень разновидностей заблуждения человека в отношении коммуникативного партнера.

1. Ненамеренное заблуждение (ошибка).
2. Намеренное заблуждение (обман, манипуляция оппонентом).
3. Предвзятость к личности, неприятие его, антипатия к нему.
4. Подозрительность по отношению к адресату.
5. Недоверие к оппоненту, предубеждение к нему.

Каждый из пунктов требует специального описания. Мы остановимся лишь на некоторых из них.

Одним из самых распространенных является ненамеренное заблуждение (ошибка). Оно встречается как в межличностном, так и в массовом общении. Ошибка – заблуждение партнеров зависит от факторов: недостаточности объема информации,

психологической несовместимости общающихся, от уровня их интеллекта и культуры, от типологической особенности каждой личности и многих других.

Приведем пример ненамеренного заблуждения, имевшего место в ходе дискуссии А. Эйнштейна с ирландским писателем Д. Мэрфи и американским физиком и математиком Д. Салливэном на тему «Наука и Бог», «Наука и религия». Соглашаясь с некоторыми доводами Д. Мэрфи и Д. Салливэна по вопросу о связи религии и науки, в то же время А. Эйнштейн указывал на их заблуждения и путем убедительных аргументов приводил их к правильному пониманию вопроса [14].

Пример намеренного заблуждения, в которое вовлекаются массы людей, описан Сергеем Кара-Мурзой в исследовании «Манипуляция сознанием», где показаны технологии манипуляции и программирования, являющиеся средством господства и власти. Автор считает, что спастись от манипуляции, «овладеть действительностью можно, только изучив доктрину, тактику и оружие противника» [8].

В художественной литературе (классической и современной) описывается много случаев заблуждения коммуникативного партнера. Пример по роману Людмилы Улицкой «Казус Кукоцкого». Как случилось, что сложное заблуждение постигло Павла Алексеевича Кукоцкого, отличавшегося образованностью, культурой, высоким уровнем профессионализма, по поводу воспитанницы Тома. Девочка, которую взяли на воспитание, окружили вниманием, теплотой, которую ставили вровень с дочерью, сумела ввести в заблуждение всю семью. И результаты их общения имели весьма трагические последствия.

Блестящие примеры гармонизирующего диалога и случаи заблуждений мы находим в романе «Имя розы» Умберто Эко, одного из крупнейших современных писателей, специалиста по массовой культуре, семиотике, итальянского ученого-медиевиста. Учитель-ученый Вильгельм отправился по городам и крупнейшим в Италии аббатствам вместе с учеником, молоденьким писцом Адсоном. С одной стороны, беседы Вильгельма с учеником и аббатами – богатейшая школа для Адсона. С другой – Адсон удивлялся постоянно тому, какими приемами владел Вильгельм, чтобы развеять заблуждения, которые витали вокруг них в период расследования убийства, случившегося в аббатстве, и вокруг библиотеки, скрытой многочисленными лабиринтами на вершине скалы. Кроме того, в романе содержится взгляд У. Эко на науку: «Простецы интуитивно улавливают собственную истину – возможно даже более истинную, нежели истину докторов церкви, но вслед за этим часто разбазаривают свое знание в нерассудительных

поступках...» На вопрос Адсона, что с этим делать, отвечает: «Довести до простецов знание наук» [15]. Данная цитата подтверждает наше мнение о том, что НАУКА должна стать достоянием каждого ЧЕЛОВЕКА, все люди (Я из Масса) должны достичь высшей степени сознания, МУДРОСТИ.

Особого внимания заслуживают вопросы заблуждения коммуникативного партнера, отличающегося внешней культурой и высокой долей красноречия. Данная категория людей – это идеалисты по стилю мышления, яркие, умные люди, коммуникабельные и демонстративные, пафосные. Гнет их обаяния (фасцинация, переходящая в медитацию, А. Войскуринский) сбросить удастся не каждому, если даже заблуждение постепенно или случайно распознается.

Антропологи, разрабатывающие этические вопросы видового различия людей, применяют по отношению к такому партнеру термин «суггестор». Основные свойства данного типа:

1) при средних интеллектуальных способностях они умеют достичь больших успехов;

2) им присуще чувство юмора и патологическое ехидное остроумие. Это актеры, лжецы, ораторы. Вопрос о том, как общаться с такими людьми, остается открытым.

Из четырех типов людей: двух хищных (суперанималов и суггесторов) и двух нехищных (диффузных и неантропов) отдельное внимание привлекают суггесторы – в силу их многочисленности, особой хищности и опасности общения с ними. Хорошо завуалированные и красноречивые, они могут ввести в заблуждение коммуникативного партнера как в устном, так и в письменном речевом общении.

Есть заблуждения, которые не распознаются или распознаются поздно, по истечении большого промежутка времени, когда на поиск истины наплаиваются домыслы или напускается туман. Так, сегодня авторитетные ученые опровергают факт убийства Иваном Грозным своего сына. Поскольку в головах людей укрепился стереотип, что сделал это отец, и масса людей, зомбированных историками, находится в полном единении по данному вопросу, то возникает затруднение определить, какого типа данное заблуждение: намеренное или ненамеренное <...> Еще пример. Дружба И. Тургенева и А. Доде, французского писателя, – известный факт. После смерти русского классика Альфонсу Доде было поручено разобрать бумаги Тургенева, среди которых он случайно заметил отзыв друга на его роман и был шокирован содержанием этой записи. В рецензии на роман, опубликованной при жизни Тургенева, содержались исключительно хвалебные, восторженные слова о книге, а в найденном отзыве – сплошные негативные характеристики. А. Доде испытал большое

удивление и задался вопросом, не заблуждался ли он в человеке, с которым имел теплые дружеские отношения многие годы.

Большого внимания заслуживает теория Дарио Саласа Соммэра, чилийского философа, теоретика, мыслителя, писателя, имеющая прямую связь с вопросом речевого поведения интеллектуальной личности в устно- и письменноречевой коммуникации. Ключевыми понятиями в его теории являются РАЗУМ, СОЗНАНИЕ, ВЫСШЕЕ СОЗНАНИЕ, переходящее в МУДРОСТЬ, которые должны быть свойственны HOMO SAPIENS.

По мнению Д.С. Соммэра, под влиянием высокого уровня цивилизации, направляющей человека на неправильную деятельность, он превращается в биологического робота, в машину и утрачивает человеческие качества. Происходят необратимые процессы, которые, если не повернуть развитие общества, наук, человека в нужном направлении, погубят Планету.

Д.С. Соммэр использует термин «психические аберрации», чтобы описать поведение, для которого характерны самообман, ослепление, фальсификация действительности, пристрастное и необъективное мнение, крайняя узость мышления. Используя наблюдения и способ аналогии, автор пришел к выводу, что существуют умственные аберрации психологического и органического происхождения, патологии познавательной системы, которые игнорируются наукой. Основными признаками «психической аберрации» автор считает: а) умственный нарциссизм, б) узкие парадигмы мышления, в) состояние недостаточного бодрствования, присущее нормальному уровню состояния людей [10].

С данной мыслью философа перекликаются рассуждения известного английского писателя-эссеиста, философа Джона Фаулза о духовном мире человека, о соотношении Массы и Аристоса. «Аристос (хороший человек, согласно определению Гераклитом добра, – это независимость суждений и поиск внутренней истины и внутреннего знания) стоит десяти тысяч других», – говорит Джон Фаулз и далее продолжает, что «те, кто бодрствует (каждый аристос), обладают одним общим миром, а те, кто спит (Масса), живут каждый в своем мире» [11].

Характеристика людей из Массы, которых Гераклит считал недостаточно бодрствующими, и оценка, которую дает Д.С. Соммэр недостаточно бодрствующим людям (термин у обоих философов, разделенных тысячелетиями, совершенно совпадает), свидетельствуют о глубине мысли двух величайших философов: древнего философа (V в. до н. э.) и современного (XXI в. н. э.).

Большого внимания заслуживает теория современного российского ученого Владимира Цаплина,

рассматривающего ЧЕЛОВЕКА под другим углом зрения, с точки зрения МЫШЛЕНИЯ. Ученый считает, что в современном мире большое количество людей с недостаточным, неполноценным мышлением и полноценным мышлением владеют лишь немногие люди [13]. По убеждению В. Цаплина, «создание механизма по массовому формированию полноценного мышления является приоритетнейшей задачей на пути создания гармоничной цивилизации людей», и нужно осознанное и направленное формирование мышления с первых лет жизни человека [13].

Представляет интерес теория Йохана Хейзинги, нидерландского ученого, историка культуры, автора давно признанного классическим труда «Homo ludens» (человек играющий) еще в 50-е гг. Он говорит о необходимости духовного очищения людей и освобождения их от иллюзий и заблуждений, указывая на одну из следующих причин: «Над всем миром висит облако словесного мусора, как пары асфальта и бензина над нашими городами». Ученый утверждает, что для возрождения духовной культуры необходимо, чтобы сумма всех наук стала для нас культурой [12].

Манипуляция – обман, приводящий к заблуждению коммуникативного партнера, были свойственны и древним. А.К. Михальская рассуждает, что в определенном смысле РИТОРИКА – двуликий Янус. Существуют «риторика» и «риторика», и они обслуживают разные социальные модели, являются принадлежностью соответствующих этим моделям культур. Русский филолог Б. Томашевский, отмечает А.К. Михальская, даже предложил это различие фиксировать разными написаниями: старое написание рЕторика и новый вариант – рИторика [9].

Однако тогда речь шла об упорядочении законов риторики, в противовес хаосу, беспорядку или, как говорил Сократ, бесчинству в речи, общении. Сейчас же, через тысячелетия, в неориторике вновь встал (в полный рост!) вопрос о том, как преодолеть это бесчинство в речи, в общении, создаваемое тотальным заблуждением коммуникативных партнеров.

Рассмотрение заблуждений человека в отношении оппонента, любого собеседника, имеющего ту или иную коммуникативную роль (знакомого, близкого человека, коллеги и т. д.), показывает, что причины их многообразны и объяснить их только знанием психологии, педагогики, физиологии, речевых наук не представляется возможным. Необходим более тонкий, глубокий анализ человека – с точки зрения таких наук, как философия, социология, антропология, медицина, расология, палеонтология и других, конечным результатом исследований которых явится общая культура населения. Рас-

смотренные нами теории ученых разных стран свидетельствуют следующее.

1. Человек слишком медленно продвигается по эволюционному пути, задерживаясь в своем развитии.

2. Главный инструмент человека – мозг, и процессы, происходящие в нем, недостаточно изучены. Основной проблемой науки является Мышление человека, изучение и развитие которого, начиная с раннего возраста, должно стать в центре внимания суммы всех наук.

3. Рассмотрение знаний о Человеке необходимо не только ученым, но и каждому индивиду.

Решение данных вопросов в значительной

степени обеспечит формирование полноценного мышления, МУДРОСТИ.

Заблуждения коммуникативного партнера весьма опасны, могут иметь негативные последствия: они разрушают отношения между людьми, разъединяют народы, страны. Наука и общество должны пересмотреть свое отношение к вопросу об общении, о своем речевом поведении. Решить эту задачу возможно при условии согласованных усилий всех наук, рассматривающих ЧЕЛОВЕКА в разных аспектах. Все, что разрабатывается в других науках, должно стать достоянием как общей риторики, так и частных риторик, в том числе педагогической риторики.

Библиография использованных источников:

1. Атватер И. Я Вас слушаю... М., 1988. 156 с.
2. Войскуринский А.Е. Я говорю, мы говорим... Очерки о человеческом общении. М., 1990. 239 с.
3. Диденко Б.А. Этическая антропология. Видизм. М., 2003. 560 с.
4. Диденко Б.А., Бойков М.В. Что есть человек? М., 2010. 261 с.
5. Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием. М., 2008. 863 с.
6. Ладыженская Т.А. Система работы по развитию связной устной речи учащихся. М., 1975. 255 с.
7. Ладыженская Т.А. Живое слово. Устная речь как средство и предмет обучения. М., 1986. 127 с.
8. Михальская А.К. Русский Сократ : лекции по сравнительно-исторической риторике. М., 1996. 190 с.
9. Михальская А.К. Педагогическая риторика. История и теория. М., 1998. 432 с.
10. Соммер Д.С. Сколько стоит человек? М., 2011. 191 с.
11. Фаулз Д. Аристос. М., 2002. 431 с.
12. Хёйзинга Й. Homo ludens. М., 1992. 459 с.
13. Цаплин В.С. Разумное, но не мыслящее. М., 2009. 351 с.
14. Эйнштейн А. Как изменить мир к лучшему. М., 2013. 271 с.
15. Эко У. Имя розы. СПб., 2009. 632 с.

References:

1. Atwater E. I'm listening... М., 1988. 156 p.
 2. Voiskurinsky A. E. I say, we say... Essays on human communication. М., 1990. 239 p.
 3. Didenko B. A. Ethical anthropology. Vedism. М., 2003. 560 p.
 4. Didenko B. A., Boykov, M. V. What is a man? М., 2010. 261 p.
 5. Kara-Murza S. The manipulation of consciousness. М., 2008. 863 p.
 6. Ladyzhenskaya T. A. System of work at the development of coherent oral speech of students. М., 1975. 255 p.
 7. Ladyzhenskaya T. A. The living word. Speaking as a medium and subject of instruction. М., 1986. 127 p.
 8. Mikhalskaya A.K. Russian Socrates: lectures on the comparative and historical rhetoric. М., 1996. 190 p.
 9. Mikhalskaya A. K. Pedagogical rhetoric. History and theory. М., 1998. 432 p.
 10. Sommer D. S. How much is a man? М., 2011. 191 p.
 11. Fowles John. Aristos. М., 2002. 431 p.
 12. Huizinga J. Homo Ludens. М., 1992. 459 p.
 13. Tsaplin V. S. Reasonable, but not thinking. М., 2009. 351 p.
 14. Einstein A. How to change the world for the better. М., 2013. 271 p.
 15. Eco U. The name of the rose. SPb., 2009. 632 p.
-

УДК 378.147

Захарова Марина Вадимовна

преподаватель кафедры издательского дела и медиатехнологий

Кубанского государственного университета

МЕДИАОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СИСТЕМЕ СОВРЕМЕННОЙ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ

Аннотация: В статье обосновывается необходимость усиления внимания к проблеме медиаобразования и повышения уровня медиакомпетентности современной молодежной аудитории. Даются основные теоретические и практические рекомендации по развитию навыков и компетенций, востребованных в наши дни в практической области медиабизнеса и способствующих формированию медиакультуры общества. На примере издательского проекта «Инфобокс» продемонстрирована эффективность целостной системы медиаобразовательных технологий, применяемых сегодня в высшей школе.

Ключевые слова: медиаобразование, медиаобразовательные технологии, медиакомпетентность, медиапродукт, медиакультура.

Zakharova Marina Vadimovna

Lecturer of Department of Publishing Trade and Media Technologies

Kuban State University

MEDIA EDUCATION TECHNOLOGIES IN THE SYSTEM OF MODERN HIGHER EDUCATION

Abstract: This article explains the need to pay more attention to the problem of media education and increase in the level of media competence with today's youth audience. It provides basic theoretical and practical recommendations for the development of skills and competences used today in the practical field of media business and conducive to the formation of media culture of the society. Using the example of publishing project «Infobox» Faculty of Journalism of Kuban State University shows the effectiveness of the integrated system of media education technologies used today in higher education.

Keywords: Media education; media education technologies; media competence; media product; media culture.

В современном медиапространстве в процессе коммуникации совершенно по-новому складываются отношения всех его участников. Изменяются традиционные роли и стратегии, смещаются направления развития. Как наиболее мобильная и подвижная, именно молодежная аудитория особенно чутко реагирует на происходящее, она быстро меняет свои медиапредпочтения и конструирует свою медиареальность.

Далеко не всё, что транслируется по каналам СМИ, благотворно влияет на подрастающее поколение, так как основное содержание массмедиа – «продукт индустрии смыслов» – направлено на манипулирование сознанием потребителя с политическими, экономическими или другими целями. Общественные институты все громче высказываются по поводу необратимых последствий воздействия на психику и духовный мир подрастающего поколения современных потоков информации самого разного содержания. Именно в этой связи сегодня необходимо вырабатывать у аудитории независимость суждений по отношению

к медиатекстам и другим медиапродуктам, способность иметь, формулировать и транслировать собственную точку зрения, в целом повышать уровень медиакомпетентности, формировать медиакультуру общества [1].

Во многом благодаря тенденции коммерциализации сегодня СМИ в значительной степени утратили воспитательную функцию, сменив ее на функции развлечения и удовлетворения потребностей. Ситуация нуждается в изменении, и для получения положительного результата целесообразно попытаться изменить отношения между аудиторией и СМИ. Одним из эффективных способов такого вмешательства сегодня является медиаобразование, от разработки, реализации и развития технологий которого во многом зависит будущее и СМИ, и молодежи.

Медиаобразование как набор средств и методов обучения молодежи самостоятельному восприятию продуктов медийного производства сегодня как никогда актуально. Это умение поставить СМИ на службу людям, извлекать из них наиболее

ценное, а также активно и осознанно участвовать в процессе создания и распространения медиапродуктов. С помощью медиаобразования молодежь сможет критически оценивать работу журналистов, отличать мифы от реальности, понимать природу манипуляций, осмысливать и формулировать свои мироощущения [3].

Один из ведущих теоретиков современного медиаобразования, британский ученый и педагог Л. Мастерман обосновал семь причин актуальности медиаобразования в современном мире:

1. Высокий уровень потребления медиа и насыщенности современных обществ средствами массовой информации.
2. Идеологическая важность медиа и их влияния на сознание аудитории.
3. Быстрый рост количества медийной информации, усиление механизмов управления ею и ее распространения.
4. Интенсивность проникновения медиа в основные демократические процессы.
5. Повышение значимости визуальной коммуникации и информации во всех областях.
6. Необходимость обучения школьников/студентов с ориентацией на соответствие будущим требованиям.
7. Нарастающие национальные и международные процессы приватизации информации [2].

К этим причинам сегодня можно добавить еще одну: «пожелтение» средств массовой информации и снижение общего уровня медийной продукции, которое как ответную реакцию вызывает к жизни потребность в образовательных технологиях в области массмедиа.

Медиаобразование сегодня можно рассматривать как особую социальную функцию, которая может быть реализована только совместными усилиями социально ответственного бизнеса, власти, журналистского сообщества и гражданского общества в целом. Многие международные организации – ЮНЕСКО, Совет Европы и др. – неоднократно ставили задачу просвещения и образования в сфере СМИ. По существу, речь идет о развитии у молодежи понимания деятельности СМИ как необходимого элемента общественной жизни. Журналистика и особенно вузы, готовящие специалистов для этой специфической отрасли медиабизнеса, не могут не участвовать в этом процессе.

Если хотя бы один раз начинающий автор самостоятельно подготовит сюжет для программы новостей либо напишет информационную заметку, он скорее освоит инструментарий журналистики, поймет уровень ее объективности, обнаружит возможности и технологии манипулирования общественным сознанием. В процессе создания информационного продукта молодой человек получает ответы на многие вопросы.

Студенты многих современных вузов как технической, так и гуманитарной направленности в рамках образовательного процесса осваивают современные информационные технологии, без которых сегодня невозможно плодотворно работать и жить в ногу со временем. Учащейся молодежи при подготовке к семинарам, зачетам и экзаменам приходится изучать огромное количество литературы, анализировать различные печатные и электронные источники, СМИ, содержащие актуальную информацию. Сегодня процесс выпуска новых учебных пособий ряда предметов по темпу значительно отстает от темпа развития современных информационных технологий.

Один из способов решения этой проблемы, наряду с основными медиаобразовательными задачами, лежит в основе нового проекта факультета журналистики Кубанского государственного университета – научно-популярного журнала «INFOBOX».

Этот студенческий издательский проект можно рассмотреть в качестве наглядного примера:

- применения современных медиаобразовательных технологий в высшем учебном заведении;
- разработки нового образовательного ресурса.

Журнал «INFOBOX» – это серия специализированных выпусков, в печатной и электронной форме содержащих систематизированные актуальные материалы, которые целесообразно применять в процессе изучения различных учебных дисциплин.

Два первых номера журнала содержат материалы, посвященные современным информационно-коммуникационным технологиям, которым в настоящее время уделяется большое внимание в программе высшего образования. Эти материалы являются академическими работами студентов второго курса направления «Издательское дело» факультета журналистики, которые подготовлены к семинарам и практическим занятиям дисциплины «Программные средства обработки информации». Процесс работы над данным проектом привлек также внимание студентов направления «Реклама и связи с общественностью». В процессе прохождения практического курса дисциплины «Цифровая допечатная подготовка издательской продукции» появились интересные работы студентов, связанные с кругом тем данного предмета, которые также планируется включить в очередной выпуск журнала.

Интересна разработка проекта специализированного выпуска № 3 журнала «INFOBOX-ЭКО», в основе концепции которого – в доступной популярной форме дать читателю актуальную информацию о современных тенденциях в мировом экодвижении и выработать у молодежи активную жизненную позицию, направленную на сохранение безопасной окружающей среды.

Издание подготовлено группой студентов 1-го курса направления «Издательское дело» к конкурсу студенческих экологических проектов и содержит материалы о различных коллекциях, показах, выставках, идеями которых являются забота об экологии и охрана окружающей среды. Этот выпуск нашего издательского проекта знакомит читателей с такими направлениями в искусстве как «эко-арт», «эко-стиль», «экомода», о которых так нечасто говорят в современных средствах массовой информации.

Центральным материалом специализированного выпуска журнала «INFOBOX-ЭКО» является обзор краевого экологического конкурса «Эко-стиль», проходившего 5 февраля 2015 г. в зале Краснодарского эколого-биологического центра, где юные дизайнеры со всей Кубани представляли свое видение решения проблемы переработки и использования отходов человеческой жизнедеятельности. Краснодарский эколого-биологический центр разместил материал, подготовленный студентами факультета журналистики КубГУ к данному проекту, на страницах своей электронной газеты «Зеленая планета».

Журнал «INFOBOX» № 4 посвящен искусству иллюстрации детской книги. Работа над этим выпуском проходила во втором семестре 2014/15 учебного года в рамках предмета «Разработка и выпуск печатного издания» со студентами 3-го курса направления «Издательское дело». Состоит он из подборки статей о лучших русских иллюстраторах, здесь можно найти краткую биографию иллюстратора, информацию о его самых значимых работах и достижениях, а также коллаж из лучших иллюстраций.

Книгу невозможно представить без иллюстраций, тем более детскую, и во все времена искусству создания книжной иллюстрации уделялось большое внимание. Это вполне объяснимо, ведь читателю гораздо проще воспринимать текст, подержанный зрительными образами, помогающими сделать описание более наглядным. Иногда иллюстрация может сказать не меньше, а то и больше, чем текст, особенно если она написана настоящим мастером. Именно таким мастерам живописи, мастерам детской иллюстрации посвящен этот выпуск журнала.

Содержание выпуска выстроено в хронологическом порядке, начинается с обзора творчества знаменитых основоположников русского стиля в книжной иллюстрации Б.В. Зворыкина и И.Я.



Рисунок 1–Обложки научно-популярного журнала «INFOBOX» №1, 3, 4, 5

Билибина. Вошли в выпуск статьи о творчестве В.М. Конашевича, В.Г. Сутеева, Л.В. Владимирского, Б.А. Диодорова, С.А. Алимова, Г.К. Спирина – художниках самого высокого уровня, обладающих потрясающей способностью «оживлять» слова. Интересна подборка статей о воплощении замысла автора литературного произведения российскими художниками наших дней, такими как Юлия Гукова, Денис Гордеев, Антон Ломаев, Дмитрий Непомнящий и Ольга Попугаева. Поиск интересных примеров работ художников-иллюстраторов, обработку текстовых и графических материалов студенты вели самостоятельно.

В мае 2015 г. в рамках предметов «Разработка концепции издания» и «Редакционно-издательский практикум» студентами 4-го курса направления «Издательское дело» факультета журналистики подготовлен выпуск журнала «INFOBOX» № 5, посвященный 70-летию Победы в Великой Отечественной войне.

Для нового поколения Великая Отечественная война – далекая история, но совесть и долг перед погибшими и пережившими войну не должны позволить им забыть эту героически-трагическую

страницу летописи нашего государства. Именно эта мысль легла в основу концепции выпуска № 5 студенческого издательского проекта «INFOBOX». В этот выпуск вошли материалы об истории нашего края, о деятельности журналистов и издателей в тяжелые военные годы, он также содержит обзор мемориальных комплексов Краснодар, посвященных героическому подвигу наших земляков.

В процессе подготовки раздела «Хроника событий на Кубани в годы Великой Отечественной войны» студенты провели большую работу по поиску, изучению и обработке исторических материалов сайта Управления по делам архивов Краснодарского края. С использованием архивных материалов издательства «Советская Кубань» подготовлена статья «Редакционно-издательская деятельность на Кубани в годы Великой Отечественной войны», вошедшая в этот выпуск. Обзор мемориальных комплексов Краснодар «Поклонимся великим тем годам» задумывался как путеводитель по памятным местам Краснодар, в этот раздел вошли авторские статьи, написанные студентами специально для этого выпуска, некоторые из них опубликованы в других СМИ.

Процесс разработки концепции и подготовка различных выпусков научно-популярного журнала «INFOBOX» дает возможность студентам факультета журналистики Кубанского госуниверситета

проявить свои знания и творческие способности в области подбора и анализа, обработки и редактирования текстовой информации и иллюстративных материалов. На практике они применяют и совершенствуют свои способности в области верстки и дизайна, знакомятся со всеми этапами допечатной подготовки изданий.

У будущих специалистов направлений «Журналистика», «Издательское дело», «Реклама и связи с общественностью» в рамках образовательных программ факультета журналистики Кубанского государственного университета есть возможность изучить такие перспективные дисциплины, как «Разработка и выпуск печатного издания», «Программные средства обработки информации», «Цифровая допечатная подготовка изданий», «Современные информационные технологии», «Электронные средства информации», «Веб-дизайн», «Редакционно-издательский практикум». Все эти и ряд других дисциплин, включаемых в перечень образовательных программ многих вузов, позволяют не только развивать навыки и компетенции, применяемые сегодня в практической области медиабизнеса, но и демонстрируют эффективность целостной системы медиаобразовательных технологий, применяемых в высшей школе, и способствуют формированию медиакультуры современной молодежной аудитории.

Библиография использованных источников:

1. Жилавская И.В. Медиаобразование молодежной аудитории. Томск, 2009. 322 с.
2. Мастерман Л. Обучение языку средств массовой информации // Специалист. № 5 М., 1993.
3. Федоров А.В. Медиаобразование: история, теория и методика. Ростов н/Д., 2001. 708 с.

References:

1. Zhilavskaya I.V. Media education of the youth audience. Tomsk, 2009. 322 p.
2. Masterman L. Teaching the language of mass media // Specialist. № 5. M., 1993.
3. Fyodorov A.V. Media education: history, theory and methods. Rostov-on-Don, 2001. 708 p.

Журналистика как социокультурный институт общества

УДК 32.019.51

Денисов Виктор Леонидович

*преподаватель кафедры издательского дела и медиатехнологий
Кубанского государственного университета*

РОЛЬ СМИ В ПОВЫШЕНИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА КАНДИДАТА (НА ПРИМЕРЕ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ВЫБОРОВ В Г. КРАСНОДАРЕ)

Аннотация: В статье рассматривается проблема участия СМИ в предвыборных кампаниях в качестве информационного сопровождения специальных мероприятий по повышению политического имиджа кандидатов. В качестве примера автор анализирует роль еженедельника «Краснодар» в освещении мероприятий, направленных на возрождение исторической памяти и воплощение в жизнь концепции гражданского патриотизма, разработанного мэрией Краснодара в 1998 г.

Ключевые слова: политический имидж, концепция гражданского патриотизма, политическое самосознание, возрождение исторической памяти, формирование единого гражданского общества, политизация СМИ.

Denisov Viktor Leonidovich

*Lecturer of Department of Publishing Trade and Media Technologies
Kuban State University*

THE ROLE OF MASS MEDIA IN THE INCREASE OF POLITICAL IMAGE OF THE CANDIDATES (USING THE EXAMPLE OF MUNICIPAL ELECTIONS IN KRASNODAR)

Abstract: The paper examines the problem of mass media participation in election campaigns in the capacity of information support at special events for increasing political image of candidates. As an example the author analyses the role of a weekly «Krasnodar» in covering the events aimed at the revival of historical memory and putting into life the concept of civic patriotism, which was built up by the administration of Krasnodar in 1998.

Keywords: political image, the concept of civic patriotism, political consciousness, revival of historical memory, formation of a unified civil society, politicization of mass media.

В конце 1990-х гг. на страницах муниципального еженедельника «Краснодар» в течение двух с половиной лет регулярно публиковались материалы, которые знакомили горожан с историческим прошлым кубанской столицы, помогали им ориентироваться в ее культурно-историческом пространстве.

О том, что потребность краснодарцев в такого рода информации велика, говорили читательские письма и активность, с которой горожане разных возрастов принимали участие в краеведческих конкурсах, проводимых еженедельником «Краснодар». И это вполне понятно, так как культура по своей природе исторична: ее настоящее не может существовать вне отношения к прошлому и одновременно – к будущему. Вот почему очень важно понимание ушедшего, и в частности той самой старины, к которой у нас нередко относятся либо с чрезмерным почтением, либо с откровенным пренебрежением.

Концепция гражданского патриотизма, разработанная мэрией в 1998 г. и получившая подробное освещение и поддержку на страницах еженедельника «Краснодар», включала в себя, в частности, изучение истории родного города, сохранение историко-культурного наследия Екатеринодара-Краснодара, восстановление наиболее значительных архитектурных и скульптурных объектов кубанской столицы, возвращение исторических имен улицам города и включение в топонимику города новых названий, имеющих живую связь с историей Екатеринодара и Кубани.

Следует отметить, что краснодарские власти, взявшись за разработку концепции гражданского патриотизма, направленной на формирование единого гражданского общества, почти на три года опередили разработку теоретических основ патриотического воспитания на федеральном уровне. Так, подготовка федеральной концепции осуществлялась в рамках реализации постанов-

ления Правительства Российской Федерации от 16 февраля 2001 г. № 122 «О Государственной программе «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2001–2005 годы» и была обусловлена необходимостью выполнения этой государственной программы.

Но это и не удивительно. Ведь патриотизм, говорится в этой программе, берет свое начало «...в любви к своей «малой Родине», патриотические чувства, пройдя через целый ряд этапов на пути к своей зрелости, поднимаются до общегосударственного патриотического самосознания, до осознанной любви к своему Отечеству». Патриотизм всегда конкретен, направлен на реальные объекты. Деятельная сторона патриотизма является определяющей, именно она способна преобразовать чувственное начало в конкретные для Отечества и государства дела и поступки» [1].

Вот почему план мэрии по формированию «патриотического самосознания» был по-настоящему конкретен и всегда «направлен на реальные объекты». И в связи с этим интересно обратить внимание на то, каким образом имиджмейкеры мэрии собирались придать возрождению исторической памяти краснодарцев новый импульс. Конечно, это делалось еще и с целью укрепить имидж мэра как истинного патриота и настоящего государственника перед предстоящими выборами на новый срок.

Так, предлагалось, в связи с предстоящим восстановлением монумента Екатерине Великой, вернуть и первоначальное название одной из самых старых улиц города, которая тоже когда-то носила имя Екатерины и как «Екатерининская» вошла в историю города (ныне эта улица называется ул. Мира). Ставился вопрос и о переименовании площади возле мэрии – в то время она называлась площадью Октябрьской революции. «Не стоит забывать, – напоминали имиджмейкеры, – что рядом с этим местом находятся могилы уничтоженного в советское время стариннейшего Фоминского кладбища (основано в конце XVIII века, закрыто в 1838 г.), где похоронены казаки, геройски сражавшиеся в битвах конца XVIII – начала XIX в., где были могилы двух атаманов Черноморского казачьего войска – героя Бородинской битвы, легендарного Алексея Даниловича Бескровного и Николая Степановича Завадовского».

И в связи с этим планировалось на территории 1-й городской больницы (т. е. практически на территории уничтоженного кладбища, рядом с ныне действующим храмом во имя Божией Матери Всех Скорбящих Радости) поставить небольшой обелиск в память двум атаманам и всем казакам, что покоятся здесь. Это, на их взгляд, «вызывало бы добрый отклик в сердцах горожан. Да и мемориальную доску, напоминающую о том, что двухэтажный корпус 1-й городской больницы, исправно

служащий краснодарцам и поныне, был возведен на деньги, завещанные на это строительство А.Д. Бескровным – тоже не мешало бы открыть».

Был поднят вопрос и о зданиях и сооружениях – объектах туристического показа, которые также необходимо снабдить мемориальными досками. Среди них, к примеру, называлась знаменитая водонапорная башня, построенная в начале 30-х гг. прошлого века по проекту русского инженера И.В. Шухова, чье имя давно и прочно вошло в историю мировой инженерной мысли. Еще – здание скетинг-ринга на ул. Красной (позднее – электробиограф «Мон-Плезир, в советское время – сначала кинотеатр «Великан», а потом – кинотеатр «Кубань»), построенное в феврале 1909 г. Архитектором А.А. Козловым по проекту И. Рымаревиича-Альтманского. В стенах этого здания выступали певица Надежда Плевицкая и писательница Надежда Тэффи, знаменитый русский авиатор Иван Заикин, поэт Максимилиан Волошин, певец Александр Вертинский, актер Игорь Ильинский. «Естественно, – констатировали имиджмейкеры, – что горожанам и гостям города было бы интересно узнать обо всем этом – дело лишь за открытием соответствующей мемориальной доски!» Открывать все эти мемориальные доски, конечно, должен был сам мэр.

Мэру также советовали стать инициатором конкурса школьных и студенческих эссе на тему «Мой город», в котором они бы поразмышляли об истории города, о его настоящем и будущем. В качестве призов предлагались и именные муниципальные премии для школьников, и именные муниципальные гранты – для студентов, которые помогли бы молодым людям заняться научной деятельностью.

Важной частью данного имиджмейкерского плана было и систематическое информационное сопровождение всех этих мероприятий на страницах еженедельника «Краснодар». Таким образом, можно констатировать, что еженедельник «Краснодар», являясь муниципальным изданием, реализовывал проекты, которые работали не только на повышение имиджа действующего мэра, но и осуществляли очень важную миссию по патриотическому воспитанию горожан. По-разному можно относиться к политизации СМИ. Есть много минусов. Но, видимо, есть и один большой плюс – средства массовой информации в этой ситуации получают уникальную возможность максимального влияния на своих читателей, участвуя в реализации проектов, имеющих большой общественный резонанс. И патриотическая акция – «Возрождаем историческую память» – в их числе. Благодаря муниципальному еженедельнику и другим печатным СМИ, поддержавшим эту акцию, имидж, образ мэра как истинного патриота

был максимально обрисован и конкретизирован. В данном случае СМИ в полной мере воспользовались правом «селекции значимой информации»,

правом «оповещать о важном и актуальном», правом «превращать единичный факт в общественно значимое событие» [2, с. 271].

Библиография использованных источников:

1. Государственная программа «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2001–2005 годы» [Электронный ресурс]. URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?base=EXP;dst=100012;n=232519;req=doc> (дата обращения: 20.12.2015).
2. Политическая имиджелогия. М., 2006.

References:

1. Government programme «Patriotic Education of the citizens of the Russian Federation for 2001–2005» [Electronic resource]. URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?base=EXP;dst=100012;n=232519;req=doc> (date of access: 20.12.2015).
2. Political Imagology. M., 2006.

УДК 82.0

Никулин Игорь Олегович

кандидат филологических наук,

доцент кафедры рекламы и связей с общественностью

Кубанского государственного университета

О СИСТЕМНОМ ХАРАКТЕРЕ РАЗВИТИЯ СОВЕТСКОЙ САТИРИЧЕСКОЙ ПЕЧАТИ В 1920-Е ГГ.

Аннотация: В статье анализируется зарождение и формирование советской сатирической печати на примере соответствующих изданий. Рассматривается принадлежность сатирических изданий к определенному политическому направлению. Показана история создания сатирического журнала «Красный дьявол» – первого советского сатирического издания. Рассматривается идеологический вклад В.И. Ленина в образование советской сатирической печати как таковой.

Ключевые слова: советская сатирическая печать, гражданская война, революция, сатирический журнал «Красный дьявол», О.Л. д'Ор, В.И. Ленин, международная политика, Д. Бедный.

Nikulin Igor Olegovich

Candidate of Philology

Associate Professor of Department of Advertisement and Public Relations

Kuban State University

ABOUT THE SYSTEM CHARACTER OF THE SOVIET SATIRICAL PRESS DEVELOPMENT IN THE 1920-s

Abstract: The article analyses the origin and formation of the Soviet satirical press using the example of corresponding publications. The work examines the belonging of the satirical publications to a certain political line. It gives the history of the creation of the first Soviet satirical publication – the satirical magazine «Red Devil». Ideological contribution of V.I. Lenin to the formation of the Soviet satirical press is also discussed.

Keywords: Soviet satirical press, civil war, revolution, satirical magazine «Red Devil», O.L. d'Ore, V.I. Lenin, international politics, D. Bedny.

1920-е гг. были тем новым рубежом в истории советского государства, который обозначил усиление разностороннего идеологического контроля власти над населением. Адекватным инструментом для контроля над массовым сознанием и распространением новой идеологии послужили СМИ,

в том числе сатирические печатные издания. Ведь в «эпоху перемен – рубежных дат, экономических кризисов, цивилизованных сдвигов – влияние ценностных ориентаций людей на восприятие ими происходящего становится особенно значимо. СМИ традиционно рассматриваются социальной

психологией как институт социализации, наряду с семьей и школой» [6, с. 417].

Сатирические издания 1920-х гг. были важным элементом в системе поддержания советской идеологии. «Связанные жесткой необходимостью поддерживать идеологическое господство, советские СМИ – такой же очевидный инструмент власти...» [1, с. 329]. Мы считаем, что данное утверждение может полноправно относиться и к советским сатирическим изданиям 1920-х гг.: они были включены в процесс «медиатизации политики, под которым подразумевается политическое управление страной с помощью медиа» [1, с. 329]. Данные тезисы можно дополнить тем, что СМИ, тем более рассматриваемые нами сатирические печатные издания 1920-х гг. были «продуктивными трансляторами соответствующих идейных установок, качественно выполнять информационную, организаторскую, просветительскую функцию в нужном ключе» [3, с. 3.]. Социум 1920-х гг. – это место, где «личность никогда не выступала как самостоятельный субъект, но всегда как неотъемлемый элемент социальной группы» [2, с. 128].

При этом исследуемые процессы 1920-х гг. тесно связаны с предшествующим периодом. Советская сатирическая печать зарождалась на волне революций и Гражданской войны. Уже в период Первой русской революции выходило достаточное количество политически и идеологически разнонаправленных сатирических изданий: пролетарские, буржуазно-демократические, радикально-демократические, буржуазно-либеральные и др. В революционные дни 1905 г. по инициативе А.М. Горького предпринималась первая попытка создания сатирического журнала большевистского направления. Журнал «Жало», вышедший под идейным руководством А.М. Горького в самый канун Московского вооруженного восстания, четко наметил новую, социалистическую тенденцию в русской сатирической журналистике и сыграл заметную роль в развитии пролетарской сатиры. Радикально-демократическую печать представляли следующие сатирические издания: «Овод», «Вихрь», «Булат», «Зритель», «Дятел». Либеральное направление сатиры выбрали «Стрелы», «Сигнал», «Пулемет». Крестьянско-народническими сатирическими журналами являлись «Ворон», «Буревестник» и др. За период 1905–1907 гг. вышло около трехсот сатирических печатных изданий.

Но с затишьем революции пришел и резкий спад среди сатирических изданий. Как отмечает Л.А. Спиридонова, к 1907 г. остались лишь «ветераны русской юмористики: «Стрекоза», «Будильник», «Шут», «Осколки» [4, с. 90]. Особенно в этот период начала укреплять свою позицию пролетарская сатирическая печать. С позиций пролетарской партийности бичевались самодержавные порядки,

буржуазия, осмеивались либералы. «Оценивая царскую действительность с позиций самого революционного и прогрессивного класса, – пишет С.И. Стыкалин, – пролетарские сатирики немало потрудились, раскачивая прогнившие устои царизма, звали массы на решительный штурм обветшавшего самодержавия и идущего ему на смену капитала, способствовали утверждению новых форм жизни» [5, с. 47].

Если говорить о сатире эпохи Гражданской войны, которая тоже внесла вклад в становление советских сатирических изданий, то она была почти сплошь газетной и листовко-плакатной. Объяснялось это прежде всего той исключительной злободневностью и оперативностью, которых требовали бурно развивающиеся события военного времени. Журналистская практика первых месяцев Гражданской войны подсказывала один путь – путь органической связи сатирического издания с массовой газетой и ее читателями. Центральные и армейские газеты, РОСТА, агитационно-пропагандистские отделы, занимавшиеся изданием листовок и плакатов, открывают широчайшее поле деятельности для советских сатириков.

В качестве примеров подобных изданий А.М. Максимов называет сатирико-юмористический журнал «И смех и грех», который выпускал штаб 3-й армии в 1919 г., и сатирический красноармейский журнал «Красный шмель», издававшийся политотделом Западного фронта в июне – сентябре 1920 г.

Именно по такому пути и пошел коллектив «Красной газеты», организовавший с августа 1918 г. регулярный выпуск еженедельного сатирического приложения «Красная колокольня», выходившего в Петрограде с 4 августа по 15 сентября 1918 г. Прочная связь с авторским активом газеты, с массовым читателем, обширный приток читательской информации – все это позволило превратить «Красную колокольню» в подлинно массовый орган боевой, злободневной пролетарской сатиры.

Организатором и редактором «Красной колокольни» был В. Князев. На страницах журнала находила отражение тема гражданской войны, борьбы с белогвардейщиной и иностранными интервентами. Ряд выступлений посвящен критике недостатков работы советских органов. Тем не менее этому изданию суждено было сыграть важную роль в поисках правильных путей формирования сатирической периодики. По такому же пути вскоре пошли организаторы армейских сатирических журналов («Красный шмель», «Красная звезда» и др.) и некоторых губернских газет («Губметла» и др.).

Литературно-сатирический журнал «Красная звезда» выходил в Киеве в 1921–1922 гг. в качестве приложения к газете «Красная Армия» – органу

Политуправления Киевского военного округа. Журнал отражал жизнь воинских подразделений округа. Осмеивались нерадивые красноармейцы, военное руководство красноармейцев. Много места отводилось сатире на врагов Советской республики. Особое внимание уделялось разоблачению поповщины, освобождению красноармейцев из-под влияния церкви. Звучали темы гражданской войны и борьбы с иностранными интервентами.

Еженедельный сатирический красноармейский журнал «Красный шмель» издавался с 30 июня по 17 сентября 1920 г. Литиздатом политотдела Западного фронта. Журнал выходил в разгар борьбы Красной армии с белополяками, поэтому главным объектом насмешек был польский пан. Весело и остроумно обыгрываются злободневные факты военной действительности, свидетельствующие об успехах Красной армии на фронте борьбы с белополяками. Особенно много внимания уделялось так же, как и в «Красной звезде», разоблачению поповщины. Истребительный пафос советской сатиры периода Гражданской войны и борьбы с иностранными интервентами был направлен прежде всего на разгром внешней и внутренней контрреволюции.

Говоря о складывающихся тенденциях в сатирической печати времен Гражданской войны, стоит отметить тот факт, что в ряде редакций возникали планы издания сатирических приложений, которым суждено было в дальнейшем сыграть огромную роль в создании советской сатирической журналистики.

Если говорить о роли в становлении и определении советской сатирической печати, которую сыграли Первая русская революция и Гражданская война, то она не так велика, как роль Октябрьской революции. Именно с ней появились те люди, которые впоследствии стали лицом советской сатиры. М.В. Шкондин, говоря о данном периоде, отмечает, что «с победой социалистической революции в России печать становится одним из важных компонентов советской политической системы. Она одно из средств связи партии с широкими массами трудящихся, государственными органами и общественными организациями, одно из средств партийного руководства социалистическим строительством. Если до победы Октября печать являлась мощным орудием партии в руководстве политической борьбы пролетариата, угнетенных и эксплуатируемых, то в послеоктябрьский период партийное руководство массами наполняется новым содержанием, связанным с созидательной деятельностью трудящихся» [7, с. 41]. С.И. Стыкалин в своей работе «Советские сатирические журналы 1917–1919 гг.» говорит о том, что у истоков советской сатирической журналистики стояли издания «Соловей», «Красный дьявол», «Гильо-

тина». Именно в них работали такие известные сатирики, как Л.Г. Бродаты, Д. Бедный, В. Князев, А.В. Лебедев, В. Маяковский, О.Л. д'Ор.

Рассмотрим названные издания более подробно, опираясь на данные из справочника С.И. Стыкалина, И.К. Кременской «Сатира советской эпохи 1917–1963». Первый советский сатирический журнал «Красный дьявол» издавался в Петрограде в 1918–1919 гг. Имел постоянный подзаголовок – «Еженедельный рабочий журнал юмора и сатиры». Редактор – Л.Г. Бродаты. Ближайшее участие в выпуске данного издания приняли известные пролетарские поэты – Д. Бедный, И. Логинов, И. Ионов, А. Соловьев, а также сатирики, пришедшие в советскую прессу после победы Октябрьской революции – О.Л. д'Ор (О.Л. Оршер), Д.Н. Тигер, И. Гайдукевич и др.

В остроумных, политически острых карикатурах Л.Г. Бродаты, в сатирических текстах сатирики журнала высмеивали многочисленных врагов молодой Советской республики, иронизировали над Учредительным собранием. Разоблачались меньшевики, правые эсеры. Затрагивались вопросы международной политики. В карикатурах Л.Г. Бродаты, в произведениях других авторов вскрывалась империалистическая сущность военных обязательств царизма по отношению к своим «союзникам», отстаивалась идея выхода Советской республики из войны с Германией и т. п. Журнал показывал растущую мощь международного пролетариата.

Выпуская первый номер «Красного дьявола», редакция рассчитывала сделать его еженедельным изданием, однако по техническим причинам уже следующий номер вышел лишь в середине марта. Журнал становится фактически ежемесячным изданием, что в значительной степени снижало его оперативность в отражении злободневных событий. Сознывая этот недостаток, редакция начинает практиковать выпуск тематических номеров, каждый из которых наносит целенаправленный сатирический удар по тем силам, которые мешают решению насущных задач революции. Так, например, второй номер был направлен против буржуазной интеллигенции, враждебно настроенной к мероприятиям советской власти.

Так, репрезентативен тематический номер с подзаголовком «Около хлеба». Он целиком был посвящен хлебной проблеме, остро вставшей перед страной осенью 1918 г. Бесчинства белогвардейцев и иностранных оккупантов журнал показывал в тематическом номере «Там, где нас нет». Некоторые другие номера посвящены политическому воспитанию крестьянства. Кроме упоминавшихся уже сатириков в журнале принимали участие литераторы М. Волянская, В. Кузнецовский, В. Орлов, Н. Тихомиров и др., художники К. Богуславский,

В. Козлинский, А. Лебедев (Авель), С. Маклецов, С. Приселков и др.

Еженедельный журнал сатиры и юмора «Гильотина» выходил в Петрограде в апреле – июле 1918 г. Это один из первых советских сатирических журналов, возникших после победы Великой Октябрьской социалистической революции. Организатор, издатель и редактор его, старый журналист-сатирик О.Л. д'Ор (О.Л. Оршер) являлся представителем той части русской литературно-художественной интеллигенции, которая после Октября оказалась в числе активных строителей новой, советской культуры. Как отмечают С.И. Стыкалин и И.К. Кременская, «к сотрудничеству в журнале Оршеру удалось привлечь сатириков и художников старшего поколения, работавших в это время в молодой советской прессе: В. Князева, Я. Окунева, Л. Кармен, С. Иванова, Н. Аболина, С. Маклецова, А. Александрова, К. Познанского и др.» [5].

Редакция намеревалась сделать свой журнал еженедельным сатирическим изданием. Однако материальные трудности не позволили претворить это намерение в жизнь. Еще одним недостатком «Гильотины», как отмечается в справочнике С.И. Стыкалина, И.К. Кременской, «являлась, в отличие, например, от «Красного дьявола» или «Красной колокольни», слабая связь с массами. Журнал почти целиком делался сатириками-профессионалами, не использовал той страсти к творчеству вообще, к сатирическому в частности, которой были охвачены трудящиеся, впервые почувствовавшие себя хозяевами жизни» [5].

Последний, пятый номер «Гильотины» был заполнен главным образом произведениями самого редактора-издателя.

Первый советский журнал пролетарской сатиры «Соловей» выходил в Москве в декабре 1917 г. – феврале 1918 г. Редакторы – Л. Вражский и В. Орловский, со второго номера – Л. Вражин. К участию в журнале были привлечены Д. Бедный, В. Князев, В. Маяковский. Первый номер появился в воскресенье 24 декабря. Он открывался знаменитым двустишием В.В. Маяковского:

Ешь ананасы, рябчиков жуй,
День твой последний приходит, буржуй.

Рисунок на обложке говорил об обреченности буржуазии, о торжестве победившего народа – рабочих, крестьян и солдат. Теперь и они, свидетельствовал другой рисунок, могут наслаждаться

трелями соловья. Однако редакция «Соловья» не настраивала массы на благодушный лад. Пролетарский соловей должен, по ее мнению, не только услаждать слух. Он обязан встать в строй борцов за народное дело, освящать всех, кто мешает народу строить новую жизнь. В редакционной заметке «От «Соловья» читатели – рабочие и крестьяне приглашались не только прислушаться к посвисту своего пролетарского соловья, но и зашвистать вместе с ним. Главный же удар наносился по буржуазии. Из-за технических трудностей второй (и последний) номер вышел в свет только через два месяца после первого. Находила место критика неорганизованности в работе.

Говоря о том, что революции и Гражданская война повлияли на становление советской сатирической журналистики, мы можем обозначить это как результат исторически сложившихся обстоятельств. Но существует еще идеологический фактор, который тоже имеет значение в данном контексте. И под данным фактором мы подразумеваем фигуру В.И. Ленина, который возлагал большие надежды на печать как таковую, в том числе сатирическую.

Советская сатирическая периодика страдала на первых порах теми же ошибками, что и вся советская печать.

Таким образом, являясь средством реализации политики большевиков, журналистика, в том числе сатирическая, формулировала задачи материальной и духовной деятельности масс, рекомендуя соответствующие способы, формы и приемы этой деятельности.

По своему содержанию, целевой направленности советская сатирическая журналистика явилась совершенно новым, принципиально отличным явлением в русской печати. В советском обществе социальная функция сатиры в корне изменилась. Отпала необходимость в обличении социальной системы. Основной задачей сатиры стало укрепление нового строя, борьба против сил, враждебных этому строю, против недостатков жизни и антиобщественных поступков людей.

Развитие советской сатирической печати связано с исторически сложившимися обстоятельствами (революции и Гражданская война), а также с воздействием личностей, стоявших у истоков советской журналистики. И самым главным было то, что правящая партия нуждалась в средстве, с помощью которого она могла влиять на массы и идеологически вести их в нужном направлении.

Библиография использованных источников:

1. Ачкасова В.А. Власть и СМИ: особенности взаимоотношений // Средства массовой информации в современном мире. СПб., 2012.
2. Бабюк М.И. Роль личности в системе сталинской пропаганды // Журналистика в 2010 году: СМИ в публичной сфере. М., 2011.

3. Пустарнакова Д.А. Отечественные общественно-политические женские журналы второй половины XIX – начала XX века. Краснодар, 2013.
4. Спиридонова Л.А. (Евстигнеева). Русская сатирическая литература начала XX века. М., 1977.
5. Стыкалин С.И. Кременская И.К. Сатира советской эпохи 1917–1963. М., 1963.
6. Чудова Н.В. О ценностных ориентациях аудитории в эпоху перемен // Журналистика в 2011 году: ценности современного общества и средства массовой информации. М., 2012.
7. Шкондин М.В. Основы организации системы печати в СССР. М., 1979.

References:

1. Achkasova V.A. Authorities and Mass Media: peculiarities of relations // Mass Media in the modern world. SPb., 2012.
 2. Babyuk M.I. The role of personality in the system of Stalin propaganda // Journalism in 2010: Mass Media in Public sphere. M., 2011.
 3. Pustarnakova D.A. National social and political women magazines in the second half of XIX – early XX centuries. Krasnodar, 2013.
 4. Spiridonova L.A. (Evstigneeva). Russian satirical literature of the beginning of XX century. M., 1977.
 5. Stikalin S.I., Kremenskaya I.K. Satire of the Soviet Epoch in 1917–1963. M., 1963.
 6. Chudova N.V. About value orientations of the audience during the changing times // Journalism in 2011: values of modern society and mass media. M., 2012.
 7. Shkondin M.V. The basics of printing system organization in the USSR. M., 1979.
-

УДК 304.44

Шувалов Сергей Сергеевич

*преподаватель кафедры издательского дела и медиатехнологий
Кубанского государственного университета*

КОММЕРЧЕСКИЙ ПРАГМАТИЗМ В КОНТЕКСТЕ ОБЩЕСТВА ПОТРЕБЛЕНИЯ: КОММУНИКАТИВНЫЙ И СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ

Аннотация: В статье рассматривается явление коммерческого прагматизма как интертекстуального явления в рекламных сообщениях, лежащего в основе понятия их действенности. Приводится примерная схема воздействия коммерческого прагматизма на сознание и систему мотивов реципиента за счет взаимосвязи данного понятия с дискурсом рекламного сообщения. Также рассматриваются перспективы исследования данного явления в контексте развития коммуникативных технологий воздействия.

Ключевые слова: коммерческий прагматизм, рекламный текст, дискурс, стоппер, триггер, коммуникация, УТП, мотив, коммуникативное пространство.

Shuvalov Sergey Sergeevich

*Lecturer of Department of Publishing Trade and Media Technologies
Kuban State University*

COMMERCIAL PRAGMATISM IN THE CONTEXT OF CONSUMER SOCIETY: COMMUNICATIVE AND SOCIOLOGICAL ASPECTS

Abstract: The article describes the phenomenon of commercial pragmatism as an intertextual fact, which is fundamental for the effectiveness of advertisement messages. The author gives an approximate diagram of the influence of commercial pragmatism on the consciousness and system of motives of recipients by means of interrelation of this notion with the discourse of advertisement messages. The paper also analyses research prospects of this phenomenon in the context of the development of communicative technologies of influence.

Keywords: commercial pragmatism, advertisement text, discourse, stopper, trigger, communication, USP (unique selling proposition), motive, communicative space.

Понятие коммерческого прагматизма структурно и функционально сцеплено с понятием общества потребления. Под обществом потребления подразумевается в данном исследовании особое социальное образование, построенное по единому принципу – возможности потребления благ (любого уровня), которое становится единственным же принципом внутренней конститутивной дифференциации. Общество потребления имеет лишь разные уровни доступа к потреблению, сведенному в единую систему как производственно-материальным способом (процессы экономической глобализации), так и информационным способом с преобладанием рекламной функции.

Согласно мнению исследователя И.Н. Ивановой, стратификация как результат действия рынка, наряду с экономическим капиталом и социальным происхождением, включает сферу культуры как конституирующий фактор социальных различий. Стиль потребления как способ идентификации соотносится с дискурсом различия в социальном пространстве потребления и становится критерием социальной дифференциации. Социальное пространство есть пространство стилей потребления, где единицей социальной структуры является стиль потребления в качестве способа идентификации и совокупности агентов интеракций [3].

Процесс идентификации носит ярко выраженную коммуникативную природу: с одной стороны, его можно рассматривать как один из элементов коммуникации, с другой – он является коммуникацией внутри коммуникации. Общество потребления является собой коммуникативный феномен: с его помощью условно описывается некая совокупность субъектно-объектных и объектно-предметных связей.

Основным культурно-коммуникативным базисом общества потребления является рекламный текст, поскольку напрямую связывается с процессом формирования «культуры потребления» – основной идеологической составляющей общества данного типа – по сути, иерархической структурой. Данный текст наиболее адекватно отражает основное объектно-субъектное социально-экономическое действие в сложившейся системе. С другой стороны, любой текст в рамках этой системы, затрагивающий субъект или объект базового социально-экономического действия, будет восприниматься по аналогии с базовым культурным текстом.

Французский социолог и социальный философ Ги Дебор сформулировал определение так называемого общества спектакля как общества, основанного «на современной промышленности», которое зрелищно «вовсе не случайно и не поверхностно», но «фундаментально подчинено спектаклю, является зрелищным в самой своей основе». Спектаклем он называет в метафорическом смысле

современную экономическую систему, цель развития которой ради собственного развития. Реклама, являясь частью мировой экономической системы, подчинена общей идее адресатного (адресного) развития, или прагматизма в его классическом понимании [2].

Прагматизм в рекламном тексте является коммуникативной целевой установкой, адаптируемой к одностороннему процессу информационного обмена. Фактически выстраивается парадоксальная по своей сути ситуация, когда коммуникативная установка должна поддерживаться в равной степени неравноценными участниками информационного обмена. С другой стороны, прагматический момент становится характерным признаком любой коммуникации, выстраиваемой вокруг субъектно-объектных связей процесса потребления, понимаемого нами как основное социальное действие.

Целью любого рекламного дискурса является не расширение, а сужение поля интерпретации текста. «Текст, погруженный в ситуацию рекламного общения, является основой для выделения самого общего значения термина реклама – рекламный дискурс. <...> Познание мира системно, оно органически связано с неразрывностью знаний, в языковом отношении выражающихся посредством дискурса – динамического процесса, с помощью которого осуществляется предикативная связь явлений окружающего мира с непосредственным выражением ее при помощи языка» [6].

Иными словами, сведения рекламного сообщения к условно-идеальной форме коммерческого объявления, когда реципиент интерпретирует сообщение единственно возможным образом, при этом его интерпретация соразмерна тексту сообщения, что позволяет говорить о формировании феномена абсолютной информационно-коммуникативной очевидности. Именно эта форма сообщений является своеобразным текстуальным выражением исследуемого феномена, условно обозначенного как коммерческий прагматизм.

Обозначенное таким образом особое пространство коммуникации содержит в себе некую универсальную схему восприятия конкретно-прагматических сообщений, позволяющих осуществлять коммуникативное взаимодействие в отсутствие очевидного или регистрируемого с обеих сторон коммуникативного процесса. Речь идет о феномене абсолютной очевидности сообщаемого, позволяющем нивелировать негативный эффект одностороннего информационного потока.

Данное коммуникативное пространство, согласно основной исследовательской гипотезе, содержит в своей структуре определенную целостную схему, построенную по принципу триггер – реакция. При этом толчком к запуску триггера является специальное текстуально-информационное образование,

обозначаемое в ряде исследований как стоппер, выделяемый реципиентом в процессе взаимодействия с дискурсом коммерческого сообщения. Согласно исследовательскому предположению, к линейной ранее схеме дискурс – стоппер – триггер – реакция, добавляется также элемент УТП, вносящий возможность альтернативной интерпретации сообщения по схеме стоппер – УТП – реакция и создающий как момент циклизации схемы, так и феномен ее иллюзорной диалектики.

Создание теоретической схемы, лежащей в основе коммерческого прагматизма, позволит во многом приблизиться к коммуникативной основе общества потребления, что в свою очередь в перспективе может привести к формированию модели создания аппарата обработки и усвоения информации, адекватного современному уровню ее потребления.

Вполне очевидна близость данной схемы к современному изысканию в области исследования потребительских мотивов. Многие современные классификации учитывают в первую очередь психологические и социологические установки потребителя, например теория потребностей Маслоу.

Фундаментальным трудом в разработке проблемы мотивации является работа Хайнца Хекхаузена «Мотивация и деятельность». По мнению автора, поведение описывается как мотивированное «изнутри» либо «извне». Автор определяет мотив как конструкт мышления, т. е. теоретическое построение. Мотивы, по Хекхаузену, в действительности не наблюдаемы непосредственно и поэтому не могут быть проставлены как факты действительности. Они лишь условные, облегчающие понимание вспомогательные конструкты нашего мышления, вставляемые в схему объяснения действительности между наблюдаемыми исходными обстоятельствами и последующими актами поведения [5].

Опираясь во многом на данную установку, многие современные исследователи относятся к исследованию мотивов потребительского поведения достаточно скептически, при этом признавая очевидность необходимости данных исследований. Например, исследователи В. Тамберг и А. Бадьин при создании своей модели восьми мотивов заявляют, что:

– данные мотивы не могут быть иерархично расположены в зависимости от своей важности, как не могут быть расположены и сами инстинкты: они присутствуют всегда и у каждого человека, и включают стратегии поведения, адекватные текущей ситуации. Отклонения от данного принципа легко нивелируются рекламным воздействием;

– исследования базовых мотивов для планирования маркетинговых действий зачастую не имеют смысла: многие мотивы являются не осознаваемыми людьми, при попытках выяснить причины

инстинктивно обусловленного поведения, неочевидные для респондента, можно получить лишь подгонку под ответ, но никак не информацию, которой можно оперировать;

– данную классификацию практически невозможно изобразить в виде плоской графической модели, мотивационные категории имеют слишком много точек пересечения и влияния друг на друга [1].

При этом следует отметить следующую особенность исследования мотивов, приведенную в статье этих авторов: каждый конкретный потребительский мотив условно соотносится с категориями товаров, что признается не до конца обоснованным с системной и прагматической точки зрения.

Именно здесь и следует исследовательское замечание, согласно которому требуется соотношение мотивов потребителя не с товарными (реальными, действительными) категориями потребления, а, условно говоря, с соответствующими им категориями мотивов в текстологии.

По Веселовскому, мотив – «простейшая повествовательная единица», элементарная и далее неразложимая «клетка» сюжета, которая является семантически целостной. Например: борьба братьев за наследство, бой за невесту, похищение солнца [4]. И.В. Силантьев поясняет это так: «мотив подобен слову, произвольному распаду которого на морфемы также препятствует семантическое единство его значения» [4].

Из складывания мотивов (простейших единиц) формируется сюжет. «Простейший род мотивов может быть выражен формулой $a + b$: злая старуха не любит красавицу – и задает ей опасную для жизни задачу» [4]. В простейшей формуле мотива могут происходить видоизменения, приращение, развитие частей: «Задача может быть две, три (любимое народное число) и более, по пути богатыря будет встреча, но их может быть и несколько. Так мотив вырастал в сюжет». Мотив видится как слагаемое, составляющее сложную формулу сюжета [4].

«В понимании Веселовского, творческая деятельность фантазии писателя не произвольная игра «живыми картинками» действительной или вымышленной жизни. Писатель мыслит мотивами, а каждый мотив обладает устойчивым набором значений, отчасти заложенных в него генетически, отчасти явившихся в процессе долгой исторической жизни» [4].

Прослеживается определенное родство между понятием мотива и стоппера в рекламном тексте (в данном случае исследователь предполагает в определенном смысле слияние данных понятий). Таким образом, полученная в процессе исследования коммуникативная схема коммерческого прагматизма позволит проследить, каким образом

мотивы потребителя, точнее в данном разрезе – реципиента, будут совпадать с мотивами, которые он может выделить из дискурса рекламного текста. А также проследить то, в какое предполагаемое действие может вылиться данное совпадение, то есть прогнозировать мотивируемую деятельность.

Более углубленное исследование данного вопроса позволит разработать определенные параметры для оценки рекламного текста в прагматическом смысле: по наличию, степени проявления в тексте и связи его мотивов с вероятным потребительским мотивом.

Наличие того или иного мотива в тексте в свою очередь может означать его дискурсивное влияние на изначальный потребительский мотив. Иными словами, иерархически текстуальные мотивы поставлены в условном подчинении мотиву потребителя, при этом в итоге смешиваясь

на элементарном уровне с подчиняющей структурой, усложняя ее побочной и в определенных случаях ложной мотивировкой. Взаимодействие мотивов, таким образом, организует определенное культурное поле, организованное вокруг базового мотива, с одной стороны, одновременно связанное с ним и подчиненное ему, с другой стороны, создающее одновременно и помехи к его выявлению.

В данном ракурсе подобное исследование приобретает особую актуальность, поскольку понимание базы приоритетной, основополагающей общественной коммуникации является немалой вехой в вопросах как теоретических (а это вопросы изучения сознания, пересмотр знания о процессе коммуникации вообще), так и чисто прагматических (например, вопросы информационной безопасности).

Библиография использованных источников:

1. Баджин А., Тамберг В. Классификация мотивов потребления [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iteam.ru/> (дата обращения: 27.11.2015).
2. Дебор Г. Общество спектакля [Электронный ресурс]. URL: <http://www.avtonom.org/> (дата обращения: 15.11.2015).
3. Иванова И.Н. Стили потребления как процесс идентификации [Электронный ресурс]. URL: <http://www.artpragmatica.ru/> (дата обращения: 14.11.2015).
4. Мотив: основные подходы к рассмотрению [Электронный ресурс] // URL: <http://litved.rsu.ru/index.htm/> (дата обращения: 12.12.2015).
5. Теория мотивации Хекхаузена [Электронный ресурс]. URL: <http://www.psych.ru/tags/Хекхаузен> (дата обращения: 27.11.2015).
6. Тюрина С.Ю. О понятиях рекламный дискурс и рекламный текст [Электронный ресурс]. URL: <http://ispu.ru/files/75-77.pdf> (дата обращения: 12.12.2015).

References:

1. Badjin A., Tamberg V. Classification of consumption motives [Electronic resource]. URL: <http://www.iteam.ru/> (date of access: 27.11.2015).
2. Debor G. The Society of performance [Electronic resource]. URL: <http://www.avtonom.org/> (date of access: 15.11.2015).
3. Ivanova I.N. Styles of consumption as a process of identification [Electronic resource]. URL: <http://www.artpragmatica.ru/> (date of access: 14.11.2015).
4. Motive: basic approaches to analysis [Electronic resource] // URL: <http://litved.rsu.ru/index.htm/> (date of access: 12.12.2015).
5. Motivation theory of Heckhausen [Electronic resource]. URL: <http://www.psych.ru/tags/Хекхаузен> (date of access: 27.11.2015).
6. Tyurina S.Yu. About the notions of advertisement discourse and advertisement text [Electronic resource]. URL: <http://ispu.ru/files/75-77.pdf> (date of access: 12.12.2015).

Типология журналистики

УДК 070.3

Хлопунова Оксана Викторовна

*кандидат филологических наук, доцент кафедры издательского дела и медиатехнологий
Кубанского государственного университета*

ВИРТУАЛЬНЫЕ ВЫПУСКИ В СЕТИ: ОПЫТ РЕГИОНОВ

Аннотация: В статье рассматриваются эффекты конвергенции и особенности функционирования интернет-СМИ в медиасистеме Новороссийска. Интернет предоставляет широкое поле для эксперимента, на которое обратили серьезное внимание и в регионе.

Ключевые слова: медиапродукт, мультимедиа, контент, интернет-СМИ, конкуренция, мультимедийный контент, бизнес-модель.

Khlopunova Oksana Viktorovna

Candidate of Philology

Associate Professor of Department of Publishing Trade and Media Technologies

Kuban State University

VIRTUAL EDITIONS IN NETWORK: EXPERIENCE OF REGIONS

Abstract: The article discusses the effects of convergence and some aspects of online media functioning in the media system of Novorossiysk. The Internet provides a wide field for experiment, which drew serious attention in the region.

Keywords: media product, multimedia, content, online media, competition, multimedia content, business model.

Процесс создания цифрового медиапродукта на основе интеграции мультимедийных и социальных элементов (текст, фото, графика, аудио, видео, гипертекст, блоги, социальные медиа и т. д.) и распространение этих продуктов через большое количество каналов за счет цифровой формы стал одним из самых значимых факторов трансформации массмедиа во всем мире [1].

Эффекты конвергенции влияют на контент, изменяют характеристики аудитории, воздействуют на восприятие бренда СМИ [8]. Однако интернет-СМИ в регионе еще слабо осмыслены теоретически. Мониторинг независимых интернет-СМИ Новороссийска и их участия в жизни города показывает, что в последние несколько лет интернет-СМИ являются важным инструментом реализации общественных процессов и, несмотря на отсутствие профессионально подготовленных журналистов, успешно развиваются и формируют целую инфраструктуру новых медиа с участием гражданской журналистики.

По нашим наблюдениям, трансформация СМИ Новороссийска идет в тех же направлениях, что и в других регионах. Здесь следует отметить прежде всего изменения самого издания под натиском конкуренции: как правило, они касаются идеи и миссии СМИ, базового типа коммуникации, принципов редакционной политики, дизайна и т. д. Дру-

гая возможность остаться на плаву – осваивание просторов Интернета, работа в онлайн-режиме.

Перенос центра активности традиционных СМИ в Интернет, как известно, связано с рядом факторов, основным среди которых является перенос центра активности аудитории в digital-среду. Редакциям приходится осваивать как новые методы управления редакцией, так и новые платформы, создавая «представительства» в Сети. Учитывая меньшую лояльность цифровой аудитории, редакторы вынуждены менять редакционную политику (навязчивая подача информации, увеличение скорости переработки и доставки материалов, снижение нравственных цензов, падение роли текста и т. д.), демонстрировать открытость новым технологиям и создавать свое лицо в киберпространстве. Однако «представительство» в Сети возможно пока в большинстве случаев в увязке с традиционными версиями. Но использовать возможность расширения влияния издательских брендов, грамотно выводя на рынок продукты с новыми качествами, перспективно, особенно если они востребованы населением.

Массированное увеличение цифровой информации и падение интереса к бумажной прессе традиционных СМИ города, безусловно, заставило задуматься о перспективах адаптации к новым условиям. Кто-то демонстрирует линейку конвер-

гентных модификаций, а кто-то рассматривает сайт как электронную афишу или статическую визитку бумажного издания. Но эффективнее всего как метод выживания оказался формат. Отказ от виртуальной версии грозит утратой взаимодействия с аудиторией, а отказ от традиционной версии ведет к утрате своего «лица». Стремясь сохранить статус массмедиа, «Первая городская газета Новороссийска» стала активно осваивать интернет-технологии и создавать собственные виртуальные выпуски в Сети. На наш взгляд, это неплохой имиджевый ход и при популярности Интернета вероятность получения дохода от данного вида изданий тоже растет. Газета сделала выпуск издания, приближенного к печатному оригиналу с мультимедийными вставками – то есть расширенный цифровой аналог печатного издания за счет мультимедийного контента, где за основу берется оригинал-макет печатного издания, в который вносятся незначительные добавления. Это позволило создать цифровую версию издания со сравнительно низкими затратами на выпуск – требуется небольшая команда специалистов и лицензии для создания и распространения издания от Adobe Digital Publishing Suite.

В рамках данной статьи интерес представляет деятельность интернет-издания «Муниципальная новостная лента», которое появилось как результат реализации проекта «Электронный Новороссийск». Проект был утвержден постановлением главы администрации муниципального образования город-герой Новороссийск [4]. Интернет-СМИ частично финансируется администрацией города, однако основной доход сайту приносит электронная коммерция. «Муниципальная новостная лента» ежедневно публикует самые свежие городские новости, получаемые от общественных корреспондентов, количество которых постоянно растет.

Развитие цифровой среды и Интернета приводит к изменениям в системе массмедиа: на смену автору-журналисту приходит коллективный вирусный редактор. В тематических подразделах сайта «Муниципальной новостной ленты» любое предприятие или организация может разместить материал, то есть стать общественным корреспондентом сетевого издания. Это путь саморазвития и социализации аудитории издания, возможность проявления элементов гражданского самосознания. А для издания – способ эффективной идентификации в Сети, которая основывается прежде всего на активном взаимодействии с аудиторией. Интерактивное взаимодействие осуществляется через опросы, онлайн-конференции, интервьюирование, размещение оперативных репортажей и, конечно, регулярное модерирование комментариев. Благодаря наличию сервиса «RSS-канал» сетевое СМИ «Муниципальная новостная лента» транс-

лирует все свежие городские новости на мобильные телефоны своих постоянных посетителей и подписчиков. И уже на протяжении нескольких лет удерживает лидерство в поисковой системе Yandex.ru по запросу «Новороссийск» [4]. Наблюдается высокий уровень цитирования новостей с сайта в других интернет-изданиях, в печатных изданиях, в программах теле- и радиокomпаний, расположенных на территории Новороссийска, Краснодарского края, ЮФО и всей Российской Федерации.

Переход СМИ в Интернет ставит перед редакцией еще одну не менее важную задачу: как монетизировать свои цифровые эксперименты. Однако популяризация товаров и услуг через интернет-проект, имеющий высокую степень цитирования и стабильное число постоянных читателей, – реальная возможность обеспечения самоокупаемости. Помимо размещения информации в тематических разделах типа «работа», «анонс культурных событий», «обучение» интернет-проект «Муниципальная новостная лента» предоставляет возможности размещения рекламных баннеров, спонсорство рубрик, организация PR-акций и т. п. Подобной коммуникационной политики придерживаются интернет-издание «Первая городская газета» и портал «Новороссийские известия».

Подводя итоги, можно утверждать: путь эффективного функционирования в условиях бурого развития Интернета и цифровых коммуникаций – это дуализм существования, увязка интернет-версии издания с традиционной, работа в условиях мультимедийной редакции. Каждое СМИ выбирает свой путь адаптации и свою скорость. Некоторым локальным малотиражным районным изданиям переход в цифровую среду не обязателен. Например, районной газете Новороссийска, для которой, чтобы не закрыться, достаточно тиража в 2–2,5 тысячи экземпляров, осваивать просторы Интернета нет необходимости. Следует отметить, что многие провинции существуют за пределами Интернета. Там традиционная пресса чувствует себя уверенно. Но если мы стремимся к увеличению тиража или его стабильно большому объему, хотим присутствовать в публичном пространстве, увеличивая свою популярность, то осваивать новые платформы необходимо.

Интернет – это не только новый простор, но и современная форма существования для каждого СМИ [2]. Модель кроссплатформенных медиа позволяет издателям не только ответить на вызовы сегодняшнего дня, но и дает возможность полностью переключиться на цифровые медиаканалы. В случае возможного «угасания» печатных медиа в будущем, редакция имеет в распоряжении заранее подготовленную технологическую базу, испытанные модели распространения и сформированную аудиторию читателей.

Пространство Интернета предоставляет широкое поле для эксперимента, а экономические аспекты создают новые бизнес-модели СМИ. В связи с затянувшимся кризисом в издательской отрасли и спадом объема продаж тиражей и рекламы в традиционных СМИ проблема поиска новых моделей распространения и создания новых издательских продуктов становится одной из первоочередных задач для издателей. Это можно реализовать посредством перехода на новую модель распространения продукции и выпуск новых видов изданий, например выпуск цифрового издания, технологические добавления в печатное издание, комбинация подписки на цифровое и печатное издание, представление издания в Интернете. Все это есть установки, которые являются непосредственными ориентирами для

дальнейшего развития современной журналистики. Сменяется форма подачи, но формула успеха остается все той же – создание качественного информационного продукта, интересного читателям, эффективная политика сбыта и привлечение выручки за счет рекламодателей.

Для печатных периодических изданий есть два варианта развития: или «угасание» за счет ежегодного ухудшения показателей, или адаптация к изменяющемуся рынку и применение новых форм, в том числе использование потенциала цифровых медиа. Грядущую эпоху средств массовой информации эксперты характеризуют явлением конвергенции, сближением различных каналов предоставления информации. Всё большую роль играют новые технологии, и издателям нужно освоить их.

Библиография использованных источников:

1. Вырковский А.В., Макеенко М.И. Конвергенция в российской ежедневной прессе: экономические особенности и перспективы // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2012. № 6.
2. Засурский И. Массмедиа второй республики. М., 1999. 190 с.
3. Информационные порталы города Новороссийска [Электронный ресурс]. URL: <http://novopages.ru/>, <http://novorosforum.ru/>, <http://novorossiiskinfo.ru/glavnaya/>, <http://pronvr.ru/>, <http://novorossiysk.bezformata.ru/word/novorossijskie-vesti/1653335/> (дата обращения: 11.12.2013).
4. Машнинова Ю.В. СМИ: от печатных к электронным // Научная периодика: проблемы и решения. 2011. № 2. С. 6–7.
5. Муниципальная новостная лента города-героя Новороссийска [Электронный ресурс]. URL: <http://www.nrnews.ru/> (дата обращения: 11.12.2014).
6. Первая городская газета [Электронный ресурс]. URL: <http://www.pggazeta.ru/> (дата обращения: 11.01.2015).
7. Перечень наименований зарегистрированных СМИ в Новороссийске. [Электронный ресурс]. URL: <http://rkn.gov.ru/mass-communications/reestr/media/> (дата обращения: 11.12.2013).
8. Allan S. Online News: Journalism and the Internet. Maidenhead, 2006.

References:

1. Virkovski A.V., Makeenko M.I. Convergence in Russian daily press: the economic characteristics and prospects // Bulletin of Moscow University. Ser. 10. Journalism. 2012. No. 6.
 2. Zasursky I. Mass media of the second Republic. M., 1999. 190 p.
 3. Information portals of Novorossiysk [Electronic resource]. URL: <http://novopages.ru/>, <http://novorosforum.ru/>, <http://novorossiiskinfo.ru/glavnaya/>, <http://novorossiysk.bezformata.ru/word/novorossijskie-vesti/1653335/>, <http://pronvr.ru/> (date of access: 11.12.2013).
 4. Mashninova Y.V. Mass media: from print to electronic // Scientific periodicals: problems and solutions. 2011. No. 2. P. 6–7.
 5. Municipal news feed of the city-hero Novorossiysk [Electronic resource]. URL: <http://www.nrnews.ru/> (date of access: 11.12.2014).
 6. The first city newspaper [Electronic resource]. URL: <http://www.pggazeta.ru/> (date of access: 11.01.2015).
 7. The list of the registered media names in Novorossiysk [Electronic resource]. URL: <http://rkn.gov.ru/mass-communications/reestr/media/> (date of access: 11.12.2013).
 8. Allan S. Online News: Journalism and the Internet. Maidenhead, 2006.
-

ПОИСК БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ РЕДАКЦИЯМИ СОВРЕМЕННЫХ СМИ: ТРАДИЦИОННЫЕ И НОВЫЕ РЫНКИ СБЫТА И МЕТОДЫ ПРОДАЖ

Аннотация: В статье рассматриваются современные стратегии продвижения предприятий печати, вопросы поиска эффективных бизнес-моделей и их монетизации в современных рыночных условиях существования российской журналистики.

Ключевые слова: информатизация, компьютеризация, бизнес-модель, медиасистемы, интернет-СМИ, онлайн-медиа, глобализация, сетевое издание, веб-ресурс, бизнес-системы.

Shketova Marina Viktorovna

Master's Degree Student Journalism Faculty

Kuban State University

SEARCH OF BUSINESS MODELS BY EDITORIAL STAFF OF MODERN MASS MEDIA: TRADITIONAL AND NEW SALES MARKETS AND METHODS

Abstract: The article focuses on the new strategies of promoting press enterprises, on the questions of searching effective business models and their monetization in the modern market conditions of Russian journalism.

Keywords: informatization, computerization, business model, media systems, Internet media, online media, globalization, online media, web resource, business systems.

Процесс информатизации и компьютеризации общества уверенно набирает обороты и сопровождается бурным развитием и модернизацией различного рода систем на базе компьютерной техники, компьютерных сетей, информационной технологии и телекоммуникационной связи. Этот процесс постепенно охватывает все сферы жизнедеятельности общества, приводя их в соответствие с требованиями новой реальности. Зримо воплощаются прогнозы относительно превращения мирового пространства в единое компьютеризированное сообщество. «В последнее время наблюдается тенденция, когда печатные СМИ переходят в сеть. Эти изменения влекут за собой переход читательской аудитории из печатных СМИ в электронные СМИ» [5].

В последнее десятилетие медиасистемы большинства стран мира претерпели существенные изменения, отразившиеся и на экономических моделях СМИ. Современная российская журналистика находится в поиске оптимальной модели своего построения и функционирования. На фоне меняющихся социально-экономических и политических условий появление интернет-СМИ может привести к качественному изменению всей системы средств массовой информации. «Издатели газет вынуждены искать пути сокращения издержек, тщательно продумывать маркетинговую

стратегию, возможности внедрения инноваций, предпринимать меры, чтобы соответствовать ожиданиям аудитории. Многие издательские дома и медиахолдинги сосредоточились на формировании новой редакционной политики» [6].

Прежде эффективные бизнес-модели утратили свои позиции вследствие усиливающейся фрагментации, дробления массовой аудитории, вокруг которой изначально строилась экономика СМИ. Онлайн-медиа комбинируют традиционные для медиаиндустрии источники доходов – рекламу в интернет-СМИ, продажу цифрового контента аудитории – с новыми, такими как: поминутная оплата трафика, доходы от электронной коммерции, продажа персональных данных клиентов, активное внедрение подписки на все виды медиаконтента.

Новая система электронной коммуникации характеризуется глобальными масштабами, интегрированием всех средств массовой информации, интерактивностью, которая уже меняет нашу культуру. Аналитики предвидели развитие новой ниши медиаиндустрии с того момента, как появились первые информационные ресурсы. В начале развития интернет-СМИ представляли собой стихийно возникающие платформы, площадки для размещения определенного контента, что сопровождалось отсутствием какого-либо теоретического осмысления. Сейчас идет процесс создания меди-

ахолдингов, специализирующихся на создании единого пространства со своими онлайн-версиями изданий, интерактивным телерадиовещанием, подкастами, блогами.

Несомненно, сегмент печатной отрасли находится в стадии постоянного обновления, поиска наиболее эффективной модели существования и присутствия в сети Рунет. Как следствие – меняются традиционные формы подачи информации, методы ведения диалога с конечным потребителем, экономическая модель информационного издания. Исследовательский интерес вызывают те факторы, влияние которых приобретает все большее значение в функционировании СМИ, а также методы, средства, какими должно владеть современное предприятие печати для построения эффективной экономической модели. Кроме того, назрела необходимость с научной точки зрения обобщить имеющиеся факты для дальнейшего развития интернет-СМИ в условиях глобализации.

Появление и развитие сетевых изданий привлекло пристальное внимание ученых, которые уже начали обобщать собранные данные. Сейчас основной задачей, стоящей перед исследователями, стала типологизация изданий в сети Интернет и их дальнейшая классификация. В Законе РФ «О средствах массовой информации» дано основное определение понятия «сетевое издание». «Под сетевым изданием понимается сайт в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», зарегистрированный в качестве средства массовой информации в соответствии с настоящим Законом» [3].

По данным Министерства печати, в 2004 г. в России было зарегистрировано 38 060 печатных и 6 715 электронных СМИ, в 2002 г. в Рунет пришло 267 СМИ. К 2008 г. число посетителей Интернета превысило миллион человек и продолжает увеличиваться. Выглядит это очень даже неплохо, особенно если учесть, что активная аудитория российского Интернета (те, кто проводит в сети не менее часа в неделю) составляла около двух миллионов человек [4].

Современный рынок российской журналистики является развивающимся, из чего напрашивается вывод: время становления этой системы связано с решением проблем идентичности и самоидентификации. Поскольку наблюдается тенденция ухода от традиционных форм подачи информации, ее визуализации и конечной «реперной» точки общения с читателем, все больше средств массовой информации традиционного содержания и дистрибуции стремятся занять те ниши Рунета, которые будут приняты и востребованы целевой аудиторией. Для этого редакциям пришлось решать непростые вопросы, связанные с моделированием своей бизнес-системы и организацией труда на предприятии.

В данном случае приходится учитывать определенные закономерности. Так, Е.Л. Вартанова согласна с мнением аналитиков, утверждающих, что в связи с цифровой революцией происходит «размывание» прежней системы (производственный контент – достижение желаемых целевых групп – получение прибыли путем продажи рекламы/контента) [2].

Многие печатные редакции, присутствуя на рынке традиционного сбыта, в сети Рунет применяют новые, ранее не свойственные технологии извлечения прибыли. При этом в большинстве случаев для издания вопрос стоит не в том, строить интернет-представительство или нет, а в том, как грамотно использовать веб-ресурс. Электронная подписка фактически не приносит прибыли, хотя и является одним из способов распространения издания. Зачастую подписчик получает доступ к интерактивным услугам, цифровому контенту.

Потарифная и поминутная оплата более приемлема для телерадиовещания, но и печатные СМИ могут использовать данный вид как дополнение к своей основной – печатной – форме подачи информации. К примеру, для непосредственного общения читателя с журналистом или трансляции круглых столов в режиме онлайн либо в записи.

Продажа содержания (контент-продуктов) на отдельных носителях аудитории – сравнительно новый, но уже достаточно популярный компонент бизнес-модели. Ее отличие в максимальном дроблении контента на «единицы».

Прямая реклама фактически остается единственным неизменяемым способом эффективного функционирования СМИ в сети, что не мешает трансформировать ее с учетом новых технологий и демонстрировать их потребителям.

Новые и достаточно успешные, уже отработанные механизмы зарабатывания средств – смс-голосование, смс-рейтинги, смс-опросы. Операторы мобильной телефонии имеют увеличенный трафик, за что выплачивают процент массмедиа.

Последнее десятилетие с постоянным упорством доказывает, что традиционные печатные издания – газеты и журналы – продолжают занимать свои позиции на высоком качественном уровне. Сеть Рунета для них стала новой средой распространения. И сейчас фактически каждое печатное издание указывает свой веб-сайт на обложке.

Современные стратегии продвижения подразумевают в том числе и способность предприятия печати проводить грамотную редакционную политику, с помощью разработанных технологий использовать аудиторию в соцсетях. На сегодняшний день специалисты отмечают среди главных задач, стоящих перед творческим коллективом, увеличение трафика, глубины просмотра и лояльности аудитории. С учетом новых требований, появляются и новые специализации деятельности журна-

листики, например smm-пиар, антитроллинговые механизмы, грамотное выстраивание системы комментирования ответов конкретных читателей.

Необходимо отметить важность такого уникального инструмента, которым обладают сетевые издания, как возможность в реальном времени рассказать о том или ином событии, использование дистанционно управляемых устройств в работе журналистов, благодаря интерактивному контакту с массовой аудиторией. Интернет-СМИ активно реализуют вариативность подачи информации, в том числе с места событий, что позволяет выполнять СМИ основную роль – сообщать максимум достоверной информации в сжатые сроки и распространять ее на широкую аудиторию.

Трансформация печатного издания в сетевое

на сегодняшний день является логичным проявлением тех изменений, которым подвержено само общество в условиях «размывания» территориальных границ и интеграционных процессов. Как мы отмечали выше, реорганизационные процессы продолжаются и на данный момент. Специалистам трудно предсказать, каким окажется конечный продукт, какая бизнес-модель будет наиболее эффективна. При этом, проводя редакционную политику, рассчитанную на получение максимальной прибыли, нельзя забывать, что СМИ стали одним из важнейших институтов общества, организатором и медиатором политических процессов, средством формирования личности, национальной идентификации, сохранения культуры и традиций, инструментов воздействия на сознание граждан.

Библиография использованных источников:

1. Акопов А.И. Электронные сети как новый вид СМИ // Филологический вестник РГУ. 1998. № 3. С. 43–51.
2. Вартанова Е.Л. Основы медиабизнеса : учеб. пособие для студентов вузов. М., 2009.
3. Закон РФ о средствах массовой информации [Электронный ресурс]. URL: <http://www.zakonrf.info/zakon-o-smi/2/> (дата обращения: 31.01.2016).
4. Информационно-аналитический портал Sostav.ru [Электронный ресурс]. URL: www.sostav.ru (дата обращения: 31.01.2016).
5. Хлопунова О.В., Черноморцева Е.В. Продвижение сетевых СМИ: практика регионов // Наследие Ю.И. Селезнева и актуальные проблемы журналистики, критики, литературоведения, истории : материалы второй Международной научно-практической конференции. Краснодар, 2015. С. 233–235.
6. Хлопунова О.В., Черноморцева Е.В. Тенденции развития рынка печатных СМИ после кризиса 2008–2009 гг. // Наследие Ю.И. Селезнева и актуальные проблемы журналистики, критики, литературоведения, истории : материалы второй Международной научно-практической конференции. Краснодар, 2015. С. 235–238.

References:

1. Akopov A. I. Electronic network as a new media // Philological Bulletin of RSU. 1998. No. 3. P. 43–51.
2. Vartanova E. L. Fundamentals of media business studies: textbook for University students. M., 2009.
3. The law of the Russian Federation about the media [Electronic resource]. URL: <http://www.zakonrf.info/zakon-o-smi/2/> (date of access: 31.01.2016).
4. Information and analytical portal Sostav.ru [Electronic resource]. URL: www.sostav.ru (date of access: 31.01.2016).
5. Khlopunova O.V., Chernomortseva E.V. Promotion of network media: practices of regions // Y.I. Seleznev's heritage and actual problems of journalism, criticism, literary studies, history : Materials of the Second International scientific and practical conference. Krasnodar, 2015. P. 233–235.
5. Khlopunova O.V., Chernomortseva E.V. Trends of development of the media market after the crisis of 2008–2009 // Y.I. Seleznev's heritage and actual problems of journalism, criticism, literary studies, history : Materials of the Second International scientific and practical conference. Krasnodar, 2015. P. 235–238.

Электронные СМИ в контексте массовой коммуникации

УДК 070.1

Зуева Елена Юрьевна

*преподаватель кафедры издательского дела и медиатехнологий
Кубанского государственного университета*

СООБЩЕСТВО «ВКОНТАКТЕ» КАК КОРПОРАТИВНЫЙ МЕДИАРЕСУРС

Аннотация: Статья посвящена использованию технологий социальных сетей в публичных отношениях. Автор формулирует основные характеристики веб-сообщества «ВКонтакте». Особое внимание уделяется его задачам и функциям. В исследовании показано, что сообщество в социальной сети может являться эффективным и действенным корпоративным медиаресурсом.

Ключевые слова: корпоративные СМИ, интегрированные коммуникации, интерактивные технологии, социальные сети, веб-сообщество, корпоративный веб-ресурс, интернет-образование, школа журналистики.

Zueva Elena Yurjevna

*Lecturer of Department of Publishing Trade and Media Technologies
Kuban State University*

COMMUNITY «VKONTAKTE» AS A CORPORATE MEDIA RESOURCE

Abstract: The article is devoted to the usage of social network technologies in public relations. The author formulates the basic characteristics of web-community «Vkontakte». Special attention is paid to the aims and functions of the community. The research shows that the network community may be effective and operative corporate media resource.

Keywords: corporate mass media, integrated communications, interactive technologies, social networks, web-community, corporate web-resource, internet-education, school of journalism.

В настоящее время любая организация уделяет внимание работе с внутренней и внешней аудиторией. И огромную роль в этой работе играют корпоративные медиа. Под корпоративными медиа понимаются периодические печатные и электронные средства информации, направленные на установление и развитие качественного взаимодействия внутри сообщества и вне его.

Исследователь Л. Агафонов отмечает, что «корпоративное издание, как сегментированное по содержанию и аудитории, является удачным коммуникационным решением на фоне «белого шума» – одной из основных проблем, сопровождающих развитие традиционных каналов коммуникации. Корпоративная периодика становится выразителем культуры сообществ и играет значительную роль в выстраивании социальных связей в различных сегментах корпоративных отношений» [3, с. 1].

Сегодня все большую конкуренцию традиционным газетным изданиям организаций составляют корпоративные медиа, размещенные в глобальной компьютерной сети. И это закономерно. Ведь Интернет предоставляет широчайшие технические возможности для общения. Главные качества

Интернета – гипертекстуальность, мультимедийность, интерактивность – сделали этот ресурс самым востребованным.

По численности аудитории Интернет уже сравним со многими традиционными СМИ. Но это принципиально новая коммуникативная среда с максимальными возможностями. Она втягивает в себя многочисленных пользователей по всему миру.

Как отмечает Е. Путилова, «информационное общество представляет собой новый этап развития человеческой цивилизации, характеризующейся, в первую очередь, высокой скоростью коммуникационных процессов, которая обеспечивается наукоемкими, высокотехнологичными средствами – микропроцессорными технологиями и сетью Интернет. Распространение интернет-технологий на все сферы жизнедеятельности индивидов и социальных групп становится одним из определяющих факторов социально-экономического развития общества...» [7, с. 6].

В настоящее время коммуникация в глобальной компьютерной сети представляет собой предельное расширение того пространства, в котором

происходят различные виды общения. Более того, Интернет снимает временные ограничения коммуникативного взаимодействия. Возможности «сети сетей» далеко выходят за их рамки, благодаря его immediacy – непосредственности, гибкости и интерактивности. Глобальная компьютерная сеть – это общение «здесь и сейчас».

Наиболее привлекательными интернет-платформами для взаимодействия с аудиторией являются социальные сети. Это веб-сайты, предоставляющие конвергентные сервисы для организации социального взаимодействия в формате онлайн. Они позволяют увеличить узнаваемость организации, расширить ее аудиторию, а также напрямую взаимодействовать с каждым членом сообщества.

На сегодняшний день наиболее популярным в России является медиаресурс «ВКонтакте», принадлежащий Mail.Ru Group. И пользовательская активность в этой среде неуклонно растет. Если в 2014 г. ежедневная аудитория «ВКонтакте» составила около 60 млн человек, то к июлю 2015 г. она выросла почти на 5 млн.

Социальная сеть «ВКонтакте» предоставляет возможность создать анкету со своими персональными данными, организовывать сообщества по интересам. Как отмечает Н. Пирожникова, на данной платформе можно создать два вида сообщества – публичную страницу и группу. При этом каждый из этих сервисов имеет свои уникальные свойства. Ориентируясь на них, можно в полной мере реализовать заданную модель коммуникации. Например, публичная страница – это площадка с определенными возможностями. Любой интернет-пользователь может свободно просматривать все материалы публичной страницы. «Публичные страницы не нацелены на скрытие информации от читателей, а, наоборот, делают все возможное для привлечения подписчиков, – замечает Н. Пирожникова. – Открытая группа, в принципе, ничем не отличается от паблика по особенностям доступа к информации. Она так же индексируется поисковыми запросами и видна незарегистрированному пользователю. Если же группа закрытая, то доступ к информации могут получить только участники этого сообщества. Пользователь подает заявку на вступление в группу, которая будет одобрена или нет на усмотрение модераторов» [5].

Сообщество «Клуб юных журналистов Кубани» начало свою работу на технической платформе публичной страницы. Аудитория сообщества – учащиеся 7–11-х классов школ, гимназий, лицеев. Затем пришлось перейти в закрытый режим, то есть перевести публичную страницу в закрытую группу. Это было продиктовано мерами информационной безопасности. Была предпринята попытка оградить участников сообщества от негативного влияния извне.

В настоящее время группа является открытым ресурсом, что соответствует концепции и информационной политике любого средства информации. Она рассчитана на внутреннюю и внешнюю аудиторию, что позволяет успешно реализовать практически все функции современного корпоративного медиа: духовно-идеологическую, информационно-коммуникативную, интеграционную, организационно-управленческую, информационно-образовательную, культурно-развлекательную и имиджевую.

Миссия веб-ресурса «Клуба юных журналистов Кубани» – игровое предпрофессиональное образование и профессиональная ориентация будущих школьников, увлеченных журналистикой. Таким образом, деятельность юнкорской организации отвечает современной государственной политике в сфере образования.

Работа клуба юных журналистов представляется чрезвычайно важной. Ведь как отмечал в одном из посланий Федеральному собранию России президент РФ В.В. Путин, «талантливые дети – это достояние нации, и мы должны предусмотреть дополнительные возможности поддержки для тех, кто уже в школе проявил склонность к техническому и гуманитарному творчеству, к изобретательству, добился успеха в национальных и международных интеллектуальных и профессиональных состязаниях, имеет патенты и публикации в научных журналах, а у нас таких детей немало... И конечно, каждый ребенок, подросток должен иметь возможность найти себе занятие по душе. В этой связи недопустимо свертывание системы внешкольного дополнительного образования. Центры художественного, технического, музыкального творчества – это огромный ресурс гармоничного развития личности» [6].

Группа «Клуб юных журналистов Кубани» поддерживает российскую государственную политику во всех сферах жизнедеятельности общества. Корпоративный ресурс, формируя определенную картину мира, учитывает особенности российского государственно устройства и нацелен на воспитание учащихся в духе патриотизма и любви к своему Отечеству (учитывается месседж В.В. Путина: «В России школа должна давать не только знания, но и воспитание»). Происходящие события в стране и мире и их оценка представляются массовой аудитории через призму отечественных культурных ценностей и политических ориентиров.

Вместе с тем духовно-идеологическая функция реализуется посредством формирования определенной корпоративной культуры. Внедряются качественные стандарты и модели поведения, характерные для патриотического сообщества. Это связано со стремлением оказать глубокое влияние на мировоззренческие основы и ценностные ориен-

тации, необходимые для работы в журналистской профессии. Работа сообщества в сети Интернет строго регламентирована.

В группе «Клуб юных журналистов Кубани» принята своя система лидерства, где каждый участник сообщества имеет право лидерства, что определяет уважение оценок и мнений любого учащегося. А технологическая модель платформы открытой и закрытой групп «Вконтакте» практически исключает конфликтные ситуации, в том числе гендерные и межнациональные. Позитивная культура фиксирует ценность профессионально-образовательной деятельности как способа реализации ценности саморазвития личности внутри сообщества и во внешней среде. Все это определяет качественную индивидуализацию участников сообщества при максимально сильном корпоративном духе.

Группа «Вконтакте» позволяет продвигать клубную символику. В частности, разработан уникальный логотип «Клуба юных журналистов Кубани». Он представляет собой перо, от острия которого расходятся волны вещания. Фоном служит развевающийся флаг Российской Федерации. Корпоративный логотип размещен на фотостене и на баннере. Данные инструменты интегрированных коммуникаций позволяют популяризировать символику «Клуба юных журналистов Кубани» в Интернете. Кроме того, символика размещается практически на всех учебных материалах.

Информационно-коммуникативная функция корпоративного СМИ заключается в полноценном обмене информацией. Корпоративный медиаресурс «Вконтакте» позволяет распространять актуальную информацию о деятельности организации («Клуба юных журналистов Кубани»). Основным контентом, конечно же, являются новости. Качественному информированию уделяется большое внимание, потому что на основе получаемой информации у людей формируется определенное мнение об организации. Практически вся информация максимально визуализирована – представляется в виде иллюстраций (фотографий, графиков, рисунков и др.) и видеороликов, что отвечает современным требованиям к ее подаче. Как отмечает Н. Кравченко, «в сетях визуальный контент имеет высокую востребованность» [4, с. 31].

Реализация интеграционной функции корпоративного ресурса «Вконтакте» способствует формированию сплоченности сообщества «Клуб юных журналистов Кубани» как части гражданского общества Российской Федерации. Целое, как известно, складывается из частей. Поэтому очень важна атмосфера единства. Она поддерживается посредством размещения соответствующих материалов, которые демонстрируют общность группы. При этом важно привлечь в сообщество и новых

участников, и новых партнеров из сферы СМИ. Для этого группа должна постоянно находиться в центре внимания, она должна быть интересна пользователям.

Организационно-управленческая функция корпоративной интернет-платформы заключается в работе по привлечению аудитории к участию в мероприятиях сообщества. Это отлаженная система оперативного анонсирования разнообразных по тематике мероприятий «Клуба юных журналистов Кубани» – заседаний, редакционных летучек, экскурсионных поездок и др. По сути, посредством корпоративной группы «Вконтакте» осуществляется огромная организационная и агитационная работа. В социальной сети можно решать сложный комплекс задач по взаимодействию между членами группы в онлайн-режиме. Например, о любом мероприятии можно моментально рассказать друзьям, используя одноименный инструмент сервиса. Активность участников жизненно важна, иначе виртуальное сообщество умирает, прекращает свое существование. Поэтому используются различные средства повышения посещаемости страницы «Вконтакте» через ее популяризацию среди пользователей сети Интернет.

На сегодняшний день география группы «Вконтакте» достаточно широка, что указывает на трансграничность используемого корпоративного медиаресурса. Сервис «Статистика» зарегистрировал пользователей не только из России, но и из Белоруссии, Казахстана, Китая, Германии, США, Японии, Турции и многих других стран. Важно учитывать и то, что уже более 50 % участников сообщества посещают страницы с помощью мобильных телефонов. Это повышает требования к контенту в аспекте объема (размера) размещаемых фото и видеофайлов. Необходимо задуматься об оптимизации трафика во избежание лишних расходов за пребывание в сети Интернет членов сообщества.

Информационно-образовательная функция социальной платформы «Вконтакте» заключается в просвещении участников сообщества в соответствии с программой «Клуба юных журналистов Кубани». Корпоративный медиаресурс размещает учебно-методическую информацию, необходимую для того, чтобы любой школьник мог сделать «первые шаги» в профессии. При этом выстроена иерархическая структура информации. Все представляемые в интернет-сообществе знания систематизируются, обеспечивая целостность дистанционного (опосредованного социальной сетью) и контактного профессионально-ориентированного обучения.

Участники сообщества знакомятся с материалами известных журналистов. И, ориентируясь на их опыт, учатся работать в сфере СМИ. Размещаются

также общепознавательные материалы различной тематики, в том числе документальные фильмы по современной истории России. Они направлены на повышение общего уровня культуры и информационной культуры.

Выпускники «Клуба юных журналистов Кубани» проходят важный (жизненно необходимый) этап так называемой профессиональной социализации. Содержание корпоративного веб-ресурса нацелено на получение юнкорами стартовых знаний и навыков, позволяющих в дальнейшем участвовать в практической журналистской деятельности и продолжать образование в вузе.

Язык медиаресурса нацелен на конкретную читательскую аудиторию – школьников. Пониманию информации в рамках продвижения контента придается очень большое значение, поэтому при ее представлении учитывается профессиональная специфика. Терминологический фонд журналистской сферы деятельности раскрывается в веб-группе последовательно, постепенно выводя участников сообщества на более сложные (глубокие) уровни понимания информации [1; 2].

Подавляющая часть материалов, посвященных основам журналистики и методике журналистского творчества, представлена визуально (схематично), то есть имеет место особая (качественная) проработка веб-контента [1]. Это позволяет доносить информацию в максимально доступной и интересной (игровой) форме, что соответствует инновациям в образовательной сфере [2]. Например, проводится интеллектуальная игра «Это нужно знать!»: отвечая на вопросы, касающиеся профессии журналиста, участники повышают собственные IQ. По сути, данная виртуальная игра является инновационной образовательной технологией – интеллектуальным тестом, который способствует качественно-количественному измерению уровня знаний аудиторной группы и обогащению новыми (для отдельных участников/аудитории) знаниями.

Культурно-развлекательная функция корпоративного медиа в Интернете реализуется посредством представления соответствующего контента. Публикуются различные культурно-развлекательные материалы. Информация в этом случае подается в игровой форме. Например, размещаются результаты работы участников «Клуба юных

журналистов Кубани» в творческих фото-, теле- и радиостудиях. Также в контенте группы присутствуют культурно-развлекательные материалы – афоризмы и цитаты, анекдоты и забавные истории, карикатуры и комиксы, мотиваторы и демотиваторы, видеоролики, посвященные журналистам и журналистике. При этом, безусловно, учитывается возраст участников сообщества. Культурно-развлекательный контент веб-сообщества не является доминирующим. Он призван подарить аудитории положительную эмоциональную разрядку, эстетическое наслаждение.

Деятельность сообщества во многом зависит от сформированного имиджа. Весьма важно оказать эмоционально-психологическое воздействие в целях популяризации и рекламы организации. Корпоративный медиаресурс «Вконтакте» – это визитная карточка. Он предполагает наличие уникального дизайна, неповторимости, фирменного стиля. От того, насколько профессионально ведется группа в социальной сети, зависит будущее организации. Лицо сообщества определяет контент. Содержание и оформление группы говорит о многом. Важно рассказывать о достижениях сообщества. Так, в группе «Клуба юных журналистов Кубани» присутствует информация о награждении клубовской газеты «Юнкория» на фестивале «Волжские встречи». Регулярно размещаются автографы именитых гостей клуба. Опубликован материал о поездке участников сообщества в Школу журналистики «Известия» (г. Москва), размещенный на веб-сайте газеты «Аргументы и факты».

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что сообщество «Вконтакте» является эффективным и действенным корпоративным медиаресурсом. Это предопределено не только качественным наполнением группы, но и всевозрастающим уровнем популярности социальных сетей, в частности онлайн-сервиса «Вконтакте». Корпоративный веб-ресурс – это полифункциональное электронное средство, позволяющее дистанционно взаимодействовать со школьной аудиторией, вовлекая в контактную работу. По сути, это инновационная модель, которая учитывает синергетические, диалогические и коммуникативные аспекты. При этом ярко выражены открытость для диалога и возможности его расширения и развития в интерактивном режиме.

Библиография использованных источников:

1. Абрамов В.П. О проблемах «современности» и «литературности» русского языка // Культурная жизнь Юга России. № 2. Т. 45. Краснодар, 2012. С. 53–54.
2. Абрамова Г.А. «Радионяня» в новом формате, или Уроки русского в СМИ // Динамика языковых и культурных процессов в современной России : материалы IV Конгресса «РОПРЯЛ». СПб., 2014. С. 14–17.
3. Агафонов Л.С. Корпоративная пресса: особенности функционирования, типологические характеристики и методика оценки эффективности : дис. ... канд. филол. наук. М., 2008.
4. Кравченко Н.П. Социальные сети как средство информационного управления // Реклама и связи

с общественностью: традиции и инновации : материалы Международной научно-практической конференции (г. Ростов-на-Дону, 18–19 сентября 2014 г.). Ростов н/Д., 2014.

5. Пирожникова Н. Отличия группы от публичной страницы? [Электронный ресурс] // Создай свою группу «Вконтакте». URL: https://vk.com/page-64975608_48466494 (дата обращения: 25.11.2015).

6. Послание Президента РФ В.В. Путина Федеральному Собранию РФ от 4 декабря 2014 г. [Электронный ресурс]. Доступ из системы ГАРАНТ.

7. Путилова Е.А. Интернет как фактор формирования информационного общества : автореф. дис. ... канд. социол. наук. Тюмень, 2004.

References:

1. Abramov V.P. About the problems of «modernity» and «literariness» of Russian language // Cultural Studies Russian South. № 2. V. 45. Krasnodar, 2012. P. 53–54.

2. Abramova G.A. New format of «baby alarm» or lessons of Russian in mass media // Dynamics of language and cultural processes in present-day Russia: materials of IV Congress «ROPRYAL» (Russian community of teachers of Russian language and Literature). SPb., 2014. P. 14–17.

3. Agafonov L.S. Corporate press: peculiarities of functioning, typological characteristics and methods of efficiency assessment : Diss. ... Cand. of Philology. M., 2008.

4. Kravchenko N.P. Social networks as an instrument of informational management // Advertisement and Public Relations: traditions and innovations: materials of International scientific and practical conference (Rostov-on-Don, September 18–19, 2014). Rostov-on-Don, 2014.

5. Pirozhnikova N. Differences of a group from a public page? [Electronic resource]. Create your group V Kontakte. URL: https://vk.com/page-64975608_48466494 (date of access: 25.11.2015).

6. The President of the Russian Federation V.V. Putin's Letter to the Federal Assembly of the Russian Federation, December 4, 2014 [Electronic resource]. Access from the system Garant.

7. Putilova E.A. Internet as a factor of forming the informational society : Diss. abstract for the Candidate of Sociology. Tyumen, 2004.

Реклама и PR: информационное поле

УДК 070.1

Кравченко Надежда Павловна

доктор филологических наук, профессор,

*декан факультета журналистики, заведующая кафедрой рекламы и связей с общественностью
Кубанского государственного университета*

PR - СОВРЕМЕННЫЙ ИНСТИТУТ ПОЛИТИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Аннотация: Работа посвящена достаточно новому направлению в коммуникативистике – исследованию мотивов, условий, тенденций и закономерностей развития PR в государственной сфере, выявлению эффективных информационных технологий управления обществом и имиджирования власти, ее политических лидеров и их деятельности, особенностям работы со СМИ.

Ключевые слова: массовые коммуникации, лоббирование, информационные войны, информация, имидж власти, закон ментальной идентичности.

Kravchenko Nadezhda Pavlovna

Doctor of Philology, Professor

*Dean of Journalism Faculty Head of Department of Advertisement and Public Relations
Kuban State University*

PR IS A MODERN INSTITUTE OF POLITICAL MANAGEMENT

Abstract: This paper focuses upon quite a new aspect of communication science-research of motives, conditions, tendencies and regularities of PR development in the national sphere, discovering effective information technologies of society management and imaging the authority, its political leaders and their activity, peculiarities of work with mass media.

Keywords: mass communications, lobbying, informational wars, information, authority image, law of mental identity.

В современном информационном обществе, функционирующем в условиях конкуренции за право управления общественным мнением, успех во многом зависит от умения управлять информацией, которая является одним из главных ресурсов, жизненно необходимым для развития общества. В PR важно не просто создать новостную информацию, а создать с учетом потребностей аудитории, делать ее востребованной, ожидаемой обществом. Что же касается государственного PR, то здесь задачи при создании информации заключаются в том, чтоб аудиторией было услышано не только сообщение, передаваемое ею, но и основной посыл, в котором заложены идеи и цели сообщения.

Сегодня PR, который наряду с рекламой и журналистикой входит в систему массовых коммуникаций, представляет собой отдельный социальный институт, от деятельности которого зависит дальнейшее развитие общества. Последнее десятилетие характеризуется тем, что в системе средств массовых коммуникаций изменились приоритеты. PR играет все большую роль и берет на себя основную ответственность за продвижение, имиджевую и информационную поддержку соответствующих субъектов, особенно в области

государственной деятельности и политики. Обусловлено это различными причинами, имеющими как глобальный, так и локальный характер. Одна из них заключается в стремительном развитии коммуникационных технологий, в отсутствии цензуры, что делает привычным распространение новостей в режиме онлайн.

Как известно, такой вид деятельности, как связи с общественностью, развивается в условиях выбора: товара, идеологии, услуги, то есть становится возможен лишь в демократическом государстве. На его развитие влияет конкуренция, именно она подвигает PR-специалистов к творчеству, созданию новых технологий и совершенствованию старых. «Связи с общественностью и маркетинговые коммуникации необходимы там, где возникает потребность к диалогу – прежде всего в конкурентной среде, которая является необходимым атрибутом и условием демократического государственного устройства и гражданского общества. Следовательно, способствуя их становлению и развитию, PR-сообщество осуществляет инвестиции и в собственное будущее» [6].

В услугах PR нуждаются государства, территории, бизнес, власть, партии, социальные ин-

ституты, отдельные личности (государственные деятели, политики, лидеры общественного мнения, артисты, журналисты и др.). Но в условиях глобализации, мировой конкуренции, социальных революций, информационных войн на первый план выходит государственный PR. Имидж государства, роль в управлении социальными, политическими, экономическими процессами, отношение к нему других стран и собственных сообществ зависит от профессионализма работников различных пресс-служб, потому что они создают информацию, формирующую представления о субъекте PR.

В настоящее время сформированы новые направления в PR-деятельности – GR и государственный PR, представляющие собой правительственные и государственные коммуникации. Причины обращения к сфере PR в государственном управлении вызваны глобализацией информационных процессов, информационной конкуренцией и информационными войнами. Вот почему современные правительства вынуждены тратить деньги не только на оружие, но и на сайты.

PR-деятельность чаще всего осуществляется путем предоставления в распоряжение средств массовой коммуникации информации, на которую серьезно полагаются и рассчитывают многочисленные местные издания (газеты и журналы, радио- и телевизионные станции, информационные порталы). Поэтому в PR при работе над созданием и развитием имиджа необходим четкий и полноценный анализ основных массмедиа, востребованных различными категориями аудиторий. Но у государственного PR есть своя специфика, обусловленная отличием государства от других участников информационного процесса, которая, по мнению Л. Сухотерина и И. Юдинцева, состоит в исключительном праве государственной власти регулировать сам информационный процесс и информационную деятельность каждого из его участников [9].

Функция государственного PR заключается в лоббировании, продвижении идей национальных проектов и целевых программ федерального и регионального уровня, в формировании имиджа региона, города и т. д. Информационно-коммуникативные аспекты государственного управления требуют знаний основных инструментов и технологий по обеспечению продуктивных взаимоотношений системы органов государственной власти и институтов гражданского общества, профессиональных и общественных организаций, по формированию, поддержанию и развитию связей государственных структур с целевой общественностью.

К сожалению, потребность в PR, особенно на государственном и правительственном уровне в нашей стране была осознана не сразу. Это привело к искажению образа России. Отсутствие позитив-

ной информации, продвижение образов и моделей поведения без учета ментальности общества, его культуры, традиций создали в стране ситуацию, требующую немедленной корректировки: возвращение культурных ценностей, налаживание внутрисемейных и межнациональных связей, выстраивание социальной политики. Незаменимым ресурсом сегодня становится PR, который должен стать основной технологией при реализации государственной информационной политики по продвижению российских приоритетов на федеральном и региональных (местных) уровнях.

Большинство аналитиков и специалистов в сфере связей с общественностью вполне обоснованно настаивают на том, что PR в системе управления выступает в качестве эффективного механизма формирования общественного мнения. Известный американский исследователь С. Катлип описывает связи с общественностью как одну из функций управления открытых социальных систем. В качестве примера он рассматривает задачу связей с общественностью в том, чтобы помочь организациям в их попытках настроиться и адаптироваться к изменениям в окружающей среде. «Чтобы деятельность была успешной и долговременной, все организации должны 1) взять на себя ответственность, налагаемую на них всевозрастающей взаимозависимостью общества, 2) взаимодействовать – несмотря на многочисленные препятствия – с различными общественными группами, доступ к которым часто бывает затруднен, например, по причине значительной удаленности этих групп от соответствующих организаций, и 3) интегрироваться в сообщества, обслуживание которых и было целью создания этих организаций» [3, с. 247]. Предложенная Катлипом концепция позволяет сделать вывод, что связи с общественностью являются частью системы управления и способствуют принятию управленческих решений, кроме того, они выполняют подчиненную роль и направлены на реализацию этих решений.

Свое видение управленческой функции связей с общественностью предлагают российские исследователи и исследователи постсоветского пространства. Например, Г.Г. Почепцов рассматривает связи с общественностью как «науку об управлении общественным мнением» [7, с. 10]. На управленческой функции PR акцентирует внимание также профессор В.М. Горохов, по определению которого «PR – специализированная, профессионально организованная деятельность управления, но управления особого рода. Это адресное управление состоянием общественного мнения в определенной сфере, корпоративными отношениями, осуществляемое ненасильственными (не административно-командными) средствами» [1, с. 47].

По мнению Н. Шарабариной, управление следует рассматривать в качестве «средства реализации главной задачи PR – обеспечения коммуникации организации с ее социальной средой – средствами массовой информации, общественными институтами, политическими партиями, органами власти, населением, партнерами, сотрудниками самой организации» [11, с. 15].

С развитием демократии в России PR-деятельность стала неслучайной спутницей избирательных процессов. Проведение выборов на демократической основе, становление гражданского общества в России и создание методов управления электоральным поведением граждан вызвало потребность в осмыслении и прогнозировании поведения избирателей.

Однако сегодня государственный PR уже не сводится лишь к проведению избирательных кампаний. Это понятие более широкое, включающее в себя комплексную систему методов и приемов целенаправленного воздействия на население с целью поддержки им выдвигаемых целей.

Одна из причин развития государственного PR заключается в такой общемировой тенденции, как становление медиакратии – новой формы власти частного капитала, при которой политики и политика находятся в жесткой зависимости от собственников капитала, которые, контролируя СМИ и культурное производство, имеют возможности задавать образцы поведения масс и определять приемлемые для них рамки действий правящего политического класса. «Разрушение традиционных барьеров между политикой и культурой, появление возможностей у капитала контролировать всю совокупность информационных потоков и информационного обслуживания населения превращает владельцев информационных и развлекательных средств (и одновременно владельцев других средств производства, финансов) в ведущий управленческий слой. Россия, по оценкам некоторых специалистов, несмотря на то что господствующие позиции в ней занимает еще «грабительский», приватизационный капитал, вполне может стать первой страной медиауправляемого капитала XXI века» [4, с. 40]. В свете этого становятся более понятными шаги российского правительства по разрушению некоторых медиампери.

Вторая причина развития государственного PR заключается в возвышении новой системы власти, заменяющей систему власти индустриального прошлого, – власти, основанной на владении информацией и знанием, т. е. власти информационной. «Чтобы осмыслить происходящие сегодня изменения, необходимо нечто большее, чем биты информации, блики экранов и перечни» [10, с. 16]. Власть должна познавать законы функционирования информации, законы развития информацион-

ных отношений. Сущность «метаморфозы власти» заключается, по Тоффлеру, в «решительном изменении отношений: знание – власть», а отсюда – «проблема управления: кто и каким образом формирует происходящие преобразования» [10, с. 15].

Третья причина – стремление власти к открытости. Причем открытость власти не сводится к простому информированию граждан о принимаемых или принятых решениях, а нацелена на сотрудничество правительства и общества, бизнес-структур в целях объединения ресурсов и усилий, направленных на решение конкретных проблем, волнующих обе стороны.

Четвертая причина – развертывание «информационных войн» как острой конфронтации PR-технологий. До этого все ограничивалось пропагандой, которая являлась главным инструментом во внешнеполитической борьбе. Суть противостояния посредством технологий массовых информационных коммуникаций заключается в комплексе мероприятий по информационному воздействию на массовое сознание в условиях информационной открытости для изменения поведения людей и навязывания им целей, которые не входят в число их интересов. И.И. Завадский утверждает, что в большей части того кризиса, который постиг СССР и современную Россию, мы должны винить именно неумение элиты и системы государственной власти противостоять «информационной войне» извне, ведущейся PR-технологиями на территории других стран и скрытно на территории России. А.В. Зиновьев определил такое явление как «западнизация» России.

В конце прошлого века неоднократно предпринимались попытки трактовать пиар власти как набор технологий, позволяющих манипулировать общественным мнением посредством СМИ. Звучали «призывы к власти не быть беззубой жертвой информационных войн, а использовать в ответ те же методы» [9, с. 460]. На сегодня, когда сформировалась устойчивая практика информационного взаимодействия государства, СМИ и аудитории, службы по связям с общественностью стали неотъемлемой частью государственного аппарата. «Функции государства неизбежно включают в себя функции управления связями с общественностью, порождают специальные государственные и муниципальные структуры, призванные оптимизировать эти связи, соотносить их с управленческими целями органов власти» [8, с. 14].

Комплекс мер публичных рилейшнз в государственной информационной структуре включает стратегическое планирование и продвижение государственной идеологии, национальных проектов, действий власти и состоит из следующих этапов: определение целей и задач информационной кампании; моделирование коммуникативного

процесса; разработка основных тезисов стратегии информационной кампании; разработка концепции и формирование объектов государственной имиджологии (власть, лидеры, территории, законы), их позиционирование; анализ целевых аудиторий, выстраивание «пирамиды потребностей»; составление предполагаемой событийной канвы (повестка дня в СМИ) и ее освещение через средства массовой информации или иные информационные каналы доступа (например – мобильная связь, почта, слухи). Наиболее разработаны технологические приемы, которые используются в избирательных кампаниях: повышение узнаваемости (известности) кандидата и перевод данных достижений в рейтинг; технология «Клон кандидата» (или «Двойник»); негативная информационная волна; альтернативная информационная волна, направленная на отражение компромата; организация протестного голосования; срыв голосования и др.

В повседневной же практике, когда государственный PR представляет собой деятельность по регулированию политических и общественных процессов, достижению консенсуса разнородных интересов через диалог их субъектов, а именно власти и общества, на первый план выходит технология подачи опережающей информации. В.Д. Попов в своих трудах [2; 6] неоднократно подчеркивает важность достижения опережающего информационного эффекта в проведении реформ и других преобразований. Это позволяет государственному PR занимать центральное место в структуре управления страной, обществом, политической ситуацией.

Целью государственного публичного рилейшнз является конструирование эффективных, гармоничных и взаимовыгодных отношений между органами государственной власти, социальными

и политическими институтами и обществом; осуществление комплекса мероприятий по достижению обоюдного доверия; целенаправленное влияние на общественные процессы и взаимосвязи; а также разработка коммуникативных стратегий, способствующих сближению их интересов.

Долгое время государственный PR в России использовал западные наработки. Но сегодня, по мнению ученых и технологов, заканчивается этап слепого копирования западных технологий и концепций, начинается выработка собственного взгляда на основные проблемы. Связано это с тем, что использование западного опыта в условиях нашей действительности и российской ментальности снижает эффективность позиционирования государственной идеологии.

Поэтому учеными в области информационной политики предлагается идти вслед за законом ментальной идентичности [2], который заключается в формулировании основных фундаментальных ценностей, заложенных в российском менталитете, в продвижении популярных слоганов при помощи информационной политики. Учет ментальности народа, особенностей восприятия, воспитания, исторического опыта и т. д. – необходимое условие для проведения эффективного пиара. Показательным в этом плане явилось создание и открытие детской странички на сайте президента России в преддверии 65-й годовщины Победы над фашисткой Германией. На уровне нашего края к таким эффективным формам PR с учетом ментальности и запросов аудитории следует отнести «раскрутку» этнической станицы «Атамань», археологических экспедиций, роли Екатерины в покорении земель Черноморско-Азовского региона казаками, казачьих традиций, праздников урожая и др.

Библиография использованных источников:

1. Горохов В.М. Связи с общественностью как наука и искусство достижения взаимопонимания. Особенности связей с общественностью в политике и государственном управлении // Связи с общественностью в политике и государственном управлении. М., 2001.
2. Информационная политика : учебник / под общ. ред. В.Д. Попова. М., 2003.
3. Катлип С., Сентер А., Брум Г. Паблик рилейшнз. Теория и практика. М., 2005.
4. Комаровский В.С. Государственная служба и СМИ. Воронеж, 2003.
5. Комаровский В.С. Открытость власти как фактор публичной политики // СМИ в публичной сфере : материалы Международной научно-практической конференции «Журналистика 2010». М., 2011.
6. Попов В.Д. Информациология и информационная политика. М., 2001.
7. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз, или Как успешно управлять общественным мнением. М., 2003.
8. Савинова О.Н. Власть и общество: деятельность служб по связям с общественностью в российских региональных органах управления : дис. ... д-ра полит. наук. М., 1998.
9. Сухотерин Л., Юдинцев И. Информационная работа в государственном аппарате. М., 2007.
10. Тоффлер Э. Метаморфозы власти. М., 2001.
11. Шарабарина Н.Э. Коммуникации в системе «публик рилейшнз»: модели функционирования и типологические характеристики текстов : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2004.

References:

1. Gorokhov V.M. Public Relations as a science and art of gaining understanding. Special features of public relations in politics and state regulation // Public relations in politics and state regulation. M., 2001.
2. Informational politics: textbook / edited by V.D. Popov. M., 2003.
3. Cutlip S., Senter A., Brum G. Public Relations. Theory and practice. M., 2005.
4. Komarovskiy V.S. Civil service and mass media. Voronezh, 2003.
5. Komarovskiy V.S. Openness of the authority as a factor of public policy // Mass media in public sphere : Materials of International scientific and practical conference «Journalism 2010» . M., 2011.
6. Popov V.D. Informatology and informational policy. M., 2001.
7. Pocheptsov G.G. Public relations or how to succeed in governing public opinion. M., 2003.
8. Savinova O.N. Authority and society: activity of public relations offices in Russian regional governing bodies : Dissertation... Doctor of Political sciences. M., 1998.
9. Sukhoterina L., Udintsev I. Informational work in political machinery. M., 2007.
10. Toffler A. Metamorphoses of Power. M., 2001.
11. Sharabarina N.E. Communication in the system of «public relations»: models of functioning and typological characteristics of texts : Diss.abstract for Candidate of Philology. M., 2004.

УДК 070.1

Киричѣк Петр Николаевич

доктор социологических наук,

профессор кафедры журналистики Московского гуманитарного университета

ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ КАК РЕСУРС МЕДИАУПРАВЛЕНИЯ

Аннотация: В статье рассматриваются современные особенности PR-деятельности, взятые в контексте государственного управления. С помощью структурно-функционального метода анализируется управленческий потенциал PR-информации. Исследуется социально-практический феномен – «медиауправление» – с точки зрения его системности и ресурсности. Изучаются роль и место пресс-служб в системе медиауправления. Акцентируется внимание на необходимости совместных действий всех ветвей власти (в том числе информационной) при разрешении социальных конфликтов.

Ключевые слова: медиауправление, PR-деятельность, PR-информация, пресс-служба, средства массовой коммуникации, инфогенез, управленческий дискурс.

Kirichek Petr Nikolaevich

Doctor of Sociology

Professor of Department of Journalism Moscow Humanitarian University

PUBLIC RELATIONS AS A RESOURCE OF MEDIA MANAGEMENT

Abstract: The article deals with the modern peculiarities of PR-activity in the context of state management. The management potential of PR-information is analysed with the help of structural and functional method. The paper examines the social and practical phenomenon – «media management» – taking into consideration its systematicity and potential. The role and place of press offices in the system of media management is discussed. The attention is drawn to the necessity of united actions of all branches of government (including informational) while resolving social conflicts.

Keywords: media management, PR-activity, PR-information, press office, mass media, infogenesis, management discourse.

С давних пор информация считается «хлебом» управления. И этот постулат носит абсолютный характер – независимо от того, к какой сфере он прилагается: например, к организации макроэкономического производства или к формированию общественного мнения. Ну а в наше время, когда

информация для управления становится чем-то большим, нежели исходный материал, вроде духовно-практического сырья, – в частности средством, рычагом, продуктом, результатом и др., то она стремится заполнить все социальные ниши, дающие возможность руководить индивидами,

группами, слоями, классами всего общества. Как заметил А.Н. Чумиков, «информация из некоторого вспомогательного инструмента постепенно превращается в один из главных двигателей лайнера под названием «Жизнь» и способна непосредственно обеспечивать как локальное благополучие и индивидуальный комфорт, так и прогрессивную динамику социума в целом» [11, с. 72].

Эта возрастающая самоактивность информации в виде находящих публичное выражение фактов, сведений, оценок, выводов, решений позволяет на сегодняшний день говорить о становлении новой формы социального (государственного) управления – медиаруководства, способного обходиться при решении общественно значимых задач без применения организационного, политического, правового, силового, финансового и иного ресурсов. Интеллектуально-эмоциональная самодостаточность публичных медиадоводов неизбежно порождает адекватное общественное мнение, мишенью которого являются две рядоположенные цели: а) точечная – сохранение стабильной или устранение кризисной ситуаций и б) масштабная – осуществление прогнозируемых изменений в сознании и поведении людей.

Эффективность медиауправления зависит от качества организации массированного информационного воздействия на общественную атмосферу страны (региона): лежащая в его основе универсальная формула «господство – подчинение» реализуется здесь в более скрытой, чем в других ее аналогах, форме, которая в конкретном случае существенно превосходит по своей суггестивности все административные рычаги. Отсюда следует, что главные фигуры на шахматном поле медиауправления – государственные средства массовой коммуникации – несут, по мнению Н.П. Кравченко, «ответственность за информацию, которая влияет на сознание и поведение общества. Вот почему важно, чтобы в государственном PR была услышана не только сама информация, т. е. сообщение, передаваемое ею, но и основной посыл, в котором заложены идеи и цели сообщения» [6, с. 33].

Без этого фундаментального посыла субъектобъектные диспозиции в процессе медиауправления обычно складываются стихийным образом, иногда и вопреки диалектически возникающим социальным обстоятельствам. При этом главные субъекты медиауправления – государственные средства массовой коммуникации (массмедиа и пресс-службы) – нередко забывают о своей обязанности выстраивать лояльное к населению страны (региона) информационное пространство, не наносящего ущерба материальным и духовным интересам людей, связанным с их самосохранением и развитием. А такой риск реально существует, о чем предупреждает В.Д. Попов: «В условиях инфор-

мационного общества перед элитой и властью открывается новый соблазн – укрощения инстинктов народных масс посредством манипулирования их сознанием и психикой» [8, с. 17].

И чем дальше общество отдаляется от индустриальной эпохи, тем большую зависимость оно проявляет от своего инфогенеза, который оказывает всё возрастающее воздействие на биогенез, социогенез, психогенез людского сообщества. Порой кажется, что от того, сколько человек информации получает и как он ее переваривает, прямо следует, до какой степени он удовлетворяет свои практические (материальные и духовные) потребности, от чего зависит установление и поддержание в стране (регионе) атмосферы согласия и стабильности. Как заметил В.Т. Ганжин, «благоприятная информационная среда – это вера для одних, прогресс для других, запугивание всех для третьих, служение и милосердие для четвертых, но безопасность, благосостояние и высокий смысл жизни для всех» [2, с. 162].

В настоящее время основным деятельностным модусом процесса информационного управления с позиций его организации, целеполагания, функционирования становится быстро набирающая силу в России паблик рилейшнз (связи с общественностью), особенно ее государственный сектор. В сущности, пресс-служба государственного органа власти, которая выполняет безусловную медиауправленческую роль, сама по себе выступает неким гибридным образованием, заимствующим свою структуру от «чистого» управления, а свои функции – от «чистой» журналистики. В результате социум получает дополнительное информационно-коммуникативное звено в системе генерализованной социально-информациологической наукой взаимосвязи «государство – массмедиа – общество», где пресс-служба (ПС) располагается в рабочих интервалах между тремя главными субъектами:

Государство [ПС]	--- Массмедиа ---	[ПС] Общество
(Власть)	(Пресса)	(Народ)

Ничего не скажешь: место для работы пресс-службами выбрано весьма благоприятное – высоко сидящее и далеко глядящее: оно позволяет целенаправленно корректировать (усиливать, ослаблять, нейтрализовывать и пр.) потоки фактов, сведений, оценок, комментариев, непрерывно идущих в процессе обмена информацией и, таким образом, существенно влиять на выстраивание различных конфигураций политических, экономических, культурных и иных связей. Иными словами, вести в социуме непрерывный управленческий дискурс – он же представляется, по определению С.А. Шилиной, как «технология коммуникативного взаи-

модействия различных социальных групп, объектов и субъекта власти, который пронизывает все сферы и уровни в системе отношений общества и государства, является системообразующим, выступает стратегическим ресурсом государственного управления» [12, с. 254].

Далее, любая пресс-служба как субъект медиауправления имеет имманентные социально-природной специфике ее повседневной деятельности «внутренние» конфликтногенные начала. Они понуждают пиармена в силу индивидуально-групповых интересов порой «подправлять» реальность представляемой в публичную сферу информации виртуальностью – для полной гарантии достигаемого успеха. По мнению В.В. Тулупова и Ю.Л. Полевого, «пресс-служба, выполняя определенные цензорские функции, выдает в основном лишь удобную для себя информацию и старается скрыть ту, что нежелательна для освещения в печати. Второй задачей пресс-службы является создание благоприятного имиджа организации и формирование позитивного мнения о ее деятельности... При этом приходится всегда балансировать между предоставлением адекватной информации и служением своему начальству» [9, с. 104–105].

Тем не менее корень проблемы заключается в пропорции «реальное – виртуальное». Когда в сообщениях пиармена преобладает первое, никаких отклонений от этических норм связей с общественностью обычно не наблюдается, а информационная среда страны (региона) не инфицируется смыслофактами ложных манипуляций. Когда же виртуальное начинает подменять собой реальное, тогда связи с общественностью превращаются в социально-политическую игру с массовым сознанием – в свою очередь, массовая коммуникация становится подмостками для этой игры, причем с внедрением в практику выгодных для власти решений, например:

«Министерство образования и науки готовит очередное наступление на права преподавателей. Недавно Минобрнауки вынесло на рассмотрение рабочей группы Российской трехсторонней комиссии по регулированию социально-трудовых отношений проект приказа «Об утверждении особенностей режима рабочего времени и времени отдыха педагогических и иных работников организаций, осуществляющих образовательную деятельность»... Специалисты, проанализировав документ, пришли к выводу: его принятие существенно ухудшит положение учителей и преподавателей, так как они будут вынуждены трудиться столько, сколько захотят их работодатели» [4].

Конечно, рано или поздно обманный информационный алгоритм обнаруживает свою сущность, и тогда имидж органа власти или его руководства многое теряет в общественном мнении, оказы-

ваясь на грани либо экономического разорения, либо политического поражения, а канал массовой коммуникации рискует надолго дискредитировать себя. К сожалению, доминирующая в сегодняшней PR-информации виртуальность не является случайностью: как утверждает А.Н. Чумиков, «по мере увеличения информационного потока уровень эффективности воздействия на персону и целевые группы реальной (позиционированной по факту) информации и информации виртуальной (позиционированной по смыслу) меняется в пользу последней» [10, с. 159].

Самым лучшим местобытованием PR-информации считаются массмедиа, который придают ей своеобразный управленческий аккорд. Однако средства массовой информации – весьма привередливые пользователи-эксплуататоры ресурсного потенциала паблик рилейшнз, пропускающие через свой, довольно жесткий, отбор весь постоянно или временно действующий комплекс механизмов пиаровской идеологии и технологии. Отдельный вопрос – обязательный учет специфики размещения в массмедиа профильной информации, которая зависит в первую очередь от характера контактности институтов прессы и связей с общественностью.

В структурно-функциональном измерении, как полагают М.А. Кузнецов и И.В. Цыкунов, «журналистика и паблик рилейшнз – по определению конфликтные профессии. Вы постоянно сталкиваетесь с чьими-нибудь интересами и далеко не всегда готовы поступиться своими. Конфликт с информаторами, конфликт с редактором, с учредителем, читателями – всё это суровые реалии нашей журналистской жизни. Конфликт с президентом, гендиректором, корпоративными недругами и оголтелыми журналистами – вот что преследует наше PR-служение делу гуманизации общественных отношений» [7, с. 97].

Как суть диалектики, раздвоение единства наличествует и в системе медиауправления: для разрешения конфликтных ситуаций в социуме, а также для упрочения неконфликтной атмосферы пресс-службы обычно проявляют наибольшую массово-коммуникативную активность на двух стратегических направлениях – политическом и экономическом. При этом пресс-службы решают вместе с массмедиа, по мнению А.Г. Киселѣва, «проблему взаимной честности. По сути дела, это означает профессиональную кооперацию: обеспечить прессу интересной PR-информацией в соответствии с теми сроками, когда она хочет такую информацию получить, и в той форме, в какой она проявляет готовность ее использовать» [5, с. 170].

Отсюда проистекает публичная акцентуация медиакommunikативных фактов, сведений, оценок, комментариев по поводу интересующих органы

власти событий, явлений, тенденций в социуме:

а) первый вектор – информационно-экономический, где усилия пресс-служб подчиняются умелому выстраиванию отношений как с производителями продукции (народное хозяйство и бизнес), так и с ее потребителями (население), оценивающими имидж органа власти по его способности налаживать и координировать хозяйственную деятельность в стране (регионе);

б) второй вектор – информационно-политический, где усилия пресс-служб подчиняются целям реализации либо программы-максимум – завоевание, использование, удержание власти, либо программы-минимум – обретение высокого имиджа актором политики и изменение его социально-ролевого статуса на основе публичной информации.

Разумеется, бывают ситуации, когда названные цели (дальняя и ближняя, перспективная и срочная) совпадают, например, при создании пресс-службой с помощью массмедиа паблисити лидеру партии, движения, общественного объединения или руководителю страны (региона) в глазах большинства населения. По определению И.В. Алёшиной, «паблисити – это позитивная известность и признание организации, ее персонала и ее деятельности. Паблисити формируется основной деятельностью организации, отзывами клиентов и партнеров, а также средствами паблик рилейшнз... Паблисити – это в большей степени известность внешняя, для широкой публики, формируемая с широким использованием средств массовой информации» [1, с. 161].

Однако специалистам надо помнить, что в этой пиар-технологии есть свой скелет в шкафу – часто возникающий соблазн не соблюсти чувство меры и переступить ту грань воздействия на массовое сознание, за которой появляется риск получения обратного сделанным усилиям результата. Например, психологическое отторжение большинством

населения слишком активно навязываемого ему позитивного образа руководителя и его организации. Да и вообще, какую общественную и государственную пользу в демократическом контексте развития страны можно усмотреть в широко распространившейся сейчас массмедийной тенденции – назойливом формировании культов и культиков личности многих региональных лидеров?!

Итак, пресс-служба в системе отношений «государство – массмедиа – общество», в зависимости от выбранного целеполагания и последующего действия по обмену социально значимой информацией, может исполнять самые разные роли – по терминологии Л.В. Дурновой, «ускорительного проводника, очистительного фильтра, защитного барьера, шумовой помехи, переменного блокиратора» [3]. Суммарная универсальность этих ролей – с активным и пассивным их авторством – определяется характером обрабатываемой пресс-службой смешанной (специальной, публицистической, научной) информации, а также ее местом в потоке внутри- и межведомственных сообщений, касающихся жизненно важных интересов граждан.

Эта универсальность свидетельствует о социальном всеисилии информационной власти, которая нередко оказывается (за счет использования средств медиауправления) более эффективной, чем законодательная, исполнительная и даже судебная ветви власти, не сумевшие своими силами разрешить многие затянувшиеся конфликты – хозяйственные (Химки), политические (Кондопога), социальные (Самара) и др. Лишь объединенные медиауправленческим «знаменателем», власти справились с разрешением этих трудных ситуаций. И очень показательно, что аттракторами в них выступали пресс-службы как умело действовавшие структуры нового для современного общества медиауправления.

Библиография использованных источников:

1. Алёшина И.В. Паблик Рилейшнз для менеджеров и маркетёров. М., 1997.
2. Ганжин В.Т. Паблик Рилейшнз. Что это значит? Введение в средоведческую коммуникологию. М., 1998.
3. Дурнова Л.В. Институт пресс-службы в системе информационного управления : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2008.
4. Еркина А. Начальнику виднее // Правда. 2016. 11–14 марта. № 25 (30376).
5. Киселёв А.Г. Теория и практика массовой информации: общество – СМИ – власть. М., 2010.
6. Кравченко Н.П. Особенности российского государственного PR // Информационное пространство: проблемы теории и практики : сб. науч. ст. Краснодар, 2012.
7. Кузнецов М.А., Цыкунов И.В. Практическая психология PR и журналистика. Как позволить другим делать по-вашему. М., 2002.
8. Попов В.Д. Управление информационными процессами (психоаналитическая парадигма). М., 2015.
9. Тулупов В.В., Полевой Ю.Л. Связи с общественностью. Базовые понятия. Воронеж, 2003.
10. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд. М., 2012.
11. Чумиков А.Н. Связи с общественностью. М., 2000.
12. Шилина С.А. Управленческий дискурс: роль в производстве коммуникативных отношений государства и общества // Казанская наука. 2011. № 9.

References:

1. Aleshina I.V. Public Relations for managers and marketers. M., 1997.
2. Ganzhin V.T. Public Relations. What does it mean? Introduction to media communicology. M., 1998.
3. Durnova L.V. Institute of Press office in the system of informational management: Abstract of dissertation for the Candidate of Philology. M., 2008.
4. Erkina A. Chief knows it better // Pravda. 2016. March 11–14. № 25 (30376).
5. Kiselev A.G. Theory and practice of mass information: society – mass media – authority. M., 2010.
6. Kravchenko N.P. Special aspects of Russian state Public Relations // Informational space: problems of theory and practice : coll. of scientific articles. Krasnodar, 2012.
7. Kuznetsov M.A., Tsikunov I.V. Practical psychology of PR and journalism. How to let others do what you want. M., 2002.
8. Popov V.D. Management of informational processes (psychoanalytical paradigm). M., 2015.
9. Tulupov V.V., Polevoy Y.L. Public Relations. Basic notions. Voronezh, 2003.
10. Chumikov A.N. Advertisement and Public Relations: Image, reputation, brand. M., 2012.
11. Chumikov A.N. Public Relations. M., 2000.
12. Shilina S.A. Administrative discourse: role in the communicative relations of the state and society // Kazan Science. 2011. № 9.

Немец Георгий Николаевич

*кандидат филологических наук, магистр педагогики,
доцент кафедры рекламы и связей с общественностью
Кубанского государственного университета*

РЕКЛАМА КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЕШЕНИЯ В БИЗНЕСЕ: СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ

Аннотация: В статье показана системная специфика рекламных коммуникаций в аспектах создания и восприятия бренда. Рекламные образы в массовой культуре носят манипулятивный характер и определяют «стиль жизни» потребителя.

Ключевые слова: реклама, маркетинговые коммуникации, позиционирование, коммуникативная стратегия, ключевая идея бренда.

Nemets Georgiy Nikolaevich

*Candidate of Philology Master of Pedagogics
Associate Professor of Department of Advertisement and Public Relations
Kuban State University*

ADVERTISING AS AN INSTRUMENT OF FORMING CONSUMER DECISIONS IN BUSINESS: STRATEGIES AND TACTICS

Abstract: The paper describes the system specificity of advertising communications in the context of creation and perception of the brand. Advertising images in mass culture have manipulative character and define the consumer's «lifestyle».

Keywords: advertising, marketing communications, positioning, communicative strategy, brand key idea.

Реклама как форма коммуникации пытается перевести качество товаров и услуг на язык нужд и потребностей покупателей. Она предполагает «использование специфических художественных, технических и психологических приемов с целью формирования и стимулирования спроса и продаж» [6]. Это маркетинговая коммуникация, оказывающая весьма серьезное действие на успех

любого проекта. Однако ее создание должно быть подчинено определенным законам эффективной работы над брендом.

Коммуникационная стратегия в рекламе – это проект продвижения бренда на установленный отрезок времени (обычно на один год). Он отвечает на следующие базовые вопросы: 1) что бренд должен сказать в этот период времени потребителю?

2) как он это должен это сделать? 3) где он должен об этом говорить?

Позиционирование и коммуникационная стратегия. Важным вопросом является взаимодействие позиционирования бренда и маркетингового блока коммуникационной стратегии.

Позиционирование понимается как «установление, определение положения, «экологической ниши» товара или услуги на рынке» [4, с. 129], «обеспечение товару не вызывающего сомнений, четко отличного от других, желательного места на рынке и в сознании целевых потребителей» [5, с. 63]. Это базис, основа бренда, рассчитанная на долгосрочную перспективу. Типично, когда позиционирование разрабатывается на срок около 5 лет. Даже по его истечении, как правило, кардинально не меняется позиционирование, а осуществляется корректировка с учетом новых рыночных реалий и изменений в социальном и потребительском устройстве общества.

Позиционирование состоит из ключевой идеи бренда (также называемой позиционированием), свойств бренда, параметров целевой аудитории. Маркетинговый блок коммуникационной стратегии направлен на выработку тактического коммуникационного послания – сообщения, которое потребитель должен услышать в запланированный период времени. В зависимости от ситуации, он может совпадать с ключевой идеей бренда – позиционированием, тогда речь идет о донесении до потребителя основной идеи бренда, формировании правильного имиджа в его сознании. Как правило, такая реклама называется имиджевой.

Если речь идет о продвижении отдельного свойства: для подчеркивания определенных потребительских выгод, характеристик продукта, корректировки и дополнения его имиджа, сообщение будет более фокусированным, но по-прежнему сохраняющим общую стилистику и настроение бренда. Продвижение отдельной характеристики должно поддерживать и развивать в сознании потребителя общий образ бренда, фокусируя его внимание на отдельных аспектах.

Различие позиционирования и коммуникационного послания обусловлено тем, что эффективным является рекламное сообщение, содержащее одну главную идею. Попытки создать сообщения, отражающие сразу все ценности бренда, приводят к тому, что реклама становится перегруженной, потребителю невозможно ее воспринимать, он ничего не понимает, а как следствие ее игнорирует. Поэтому формирование имиджа бренда – это в подавляющем большинстве случаев процесс многоэтапный и растянутый во времени.

В случае изначальной разработки бренда создание позиционирования может включать элементы маркетингового блока коммуникационной стра-

тегии и определять, в какой последовательности следует коммуницировать элементы позиционирования бренда.

Рекламный текст представляет собой коммуникационное послание, в котором позиционируется образ товара. Процесс позиционирования товара в рекламном тексте происходит по следующей схеме:

Свойства товара (1) – ключевое слово (2) – выгода от приобретения товара (3) – потребительский мотив (4) – потребительское решение (5). Коммуникация потребления может быть нарушена, если неправильно определен потребительский мотив, а следовательно, и потребительская группа. Ключевое слово переключает сознание реципиента со свойств товара на выгоду от его приобретения. Можно предположить, что неграмотно составленный рекламный текст может уничтожить в сознании потребителя представление о выгоде и не сформировать потребительский мотив. Само потребление выступает в виде коммуникации, в процессе которой человек «декларирует свое общественное положение» [3, с. 11].

Особенностью потребления товаров в сети Интернет является «невозможность потрогать и или примерить изделие перед покупкой». Сам же процесс формирования потребительского решения включает четыре стадии: (1) осознание проблемы, (2) поиск, (3) предпокупочная оценка вариантов, (4) покупка [1, с. 232–233]. Примером формирования механизмов потребительского решения с учетом специфики бизнес-среды можно считать рекламные мини-тексты такого феномена, как куклы Bratz, социальные эффекты потребления которых еще не до конца изучены [2].

(1) Хотите узнать поближе красавиц девочек Братц, то в первую очередь поиграйте в забавно интересные бесплатные онлайн-флеш-игры, про этих веселых, жизнерадостных, симпатичных стервочек и красавиц. Здесь собраны игры из разных тематик, в разных игровых жанрах, но единственное между ними общее – это то, что все игры – про любимых нами кукол BRATZ, жанр игр, как и следует ожидать, будет интересен девочкам, это в основном одевание, макияж, бродилки, но самое главное – в них царит атмосфера гламура и веселья. Что касается девочек Bratz, то гламур во всех мелочах от макияжа до машин и скейтов – это их образ жизни, они любят одеваться, и вы увидите в играх и ходьбу по магазинам, занятия шопингом, – в общем, такой тип игр очень любим девочками, и проще было бы назвать игры для девочек, в главных ролях которых выступают любимые оригинальные куклы. Также, кроме игр в этом списке, куча тестов Братц.

Заявленные образы «веселых, жизнерадостных, симпатичных стервочек и красавиц» являют собой имиджевую составляющую продукции флеш-

онлайн-игр. Перечень контекстных сценариев «одевание», «макияж», «бродилки» формирует визуальную реальность в контексте «гламура» и «веселья». Инструментом ярко выраженной социализации ребенка-потребителя выступает «шопинг» как хобби и *modus vivendi*. Стратегия показать «гламур в мелочах от макияжа до скейта» приобретает функцию потребительского мотива, симулирующего реальность.

(2) Веселые и гламурные и, самое главное, красавицы Братц снова с нами в новом анимационном мультфильме! В этот раз подружки решили устроить мегазапоминающуюся вечеринку, где соберутся одни девочки! И они между собой будут делиться о том, какая одежда сейчас в моде, какая прическа больше нравится мальчикам, и многими другими секретами, в том числе петь песни под караоке и танцевать под модную музыку. Вечеринка могла бы пройти без курьезов, если бы не две не совсем добрых сестренки, которые всегда завидовали Братц, смею догадываться, что это были Барби, вот они-то и решили испортить вечеринку девочкам!

Мультфильм выступает как антропологический визуальный конструкт, репрезентирующий социальные практики моды («какая одежда сейчас в моде»), досуга («устроить мегазапоминающуюся вечеринку») и гендерного общения («какая прическа больше нравится мальчикам»). Это все потребительские мотивы, способные выразить антропологическую стратегию массового потребления. Технология background-image принижает в рекламном сообщении образ конкурентов – кукол Барби («Вечеринка могла бы пройти без курьезов, если бы не две не совсем добрых сестренки, которые всегда завидовали Братц, смею догадываться, что это были Барби, вот они-то и решили испортить вечеринку девочкам!»), создавая прецедент информационного превосходства.

(3) Вы желаете научиться от гламурных девиц Братц, как стать звездой? Тогда, безусловно, вам нужно посмотреть этот отличный мультфильм, выпущенный в 2009 г., о наших оболстительных и очень красивых девочках BRATZ. История мультфильма такова. На летних каникулах Подружки Братц отправляются в замечательный летний лагерь, чтобы отдохнуть, найти новых друзей.

Кроме отдыха и развлечений, в лагере их научат танцевать и выступать на сцене. Но вдруг девочки Братц обнаруживают, что большинство, кто приехал в летний лагерь, более серьезно относится к занятиям, чем к любимым девочек развлечениям, Саша, Жасмин и Джейд пытаются научить всех жить не только занятиями, но и как стать звездой!

Образы кукол складываются под влиянием прилагательных субъективной оценки («оболстительные», «очень красивые»), а также антитетического противопоставления мира традиционных мероприятий летнего лагеря миру развлечений и творчества. Куклы не зря называются «нашими», это позволяет ребенку их назвать «своими», что характеризует такой прием презентации товара, как «вовлечение в действие». Различие рамок восприятия «жить занятиями» и «стать звездой» манипулятивно по своей сути: это разнопорядковые явления – выполнять регулярные социальные практики и заниматься целеполаганием в жизни, и они не могут быть с точки зрения логики противопоставлены.

Оценивая в целом стратегический потенциал продвижения кукол Bratz на рынке индустрии развлечений, можно прийти к следующим выводам:

1. Игра в куклы представляет собой одновременно и социальную практику, и акт потребления ценностей нового типа, новое социальное знание для ребенка.

2. Продукция с использованием образа кукол направлена на формирование у потребителя представления о будущей социальной жизни.

3. Реклама, осуществляя процесс социализации личности, стремится под видом удовлетворения потребностей к изменению поведения индивидов.

4. Игра в куклы Bratz (в широком смысле) способна развивать у детей навыки будущих социальных практик моды, досуга, творчества и самовыражения, а также гендерных взаимоотношений.

5. Онлайн-реклама кукол Bratz затрагивает такие потребительские мотивы ребенка, как «престижность», «красота», «самовыражение». В этом ряду, к сожалению, отсутствует мотив социального взросления, который выражается системой обрядов перехода, направленных на социализацию и самоактуализацию личности.

Библиография использованных источников:

1. Блэкуэлл Р., Миниард П., Эйнджел Дж. Поведение потребителей. СПб., 2007.
2. Добро пожаловать в клуб гламурных Bratz [Электронный ресурс]. URL: <http://bratzlife.ru/> (дата обращения: 02.02.2010).
3. Дубровин И.А. Поведение потребителей. М., 2008.
4. Ильинский С.В. Позиционирование // Ильинский С.В. Общественные связи. Реклама. Маркетинг. Нейролингвистическое программирование : оперативный словарь-справочник. М., 2006.
5. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. М., 2004.
6. Реклама. Определение [Электронный ресурс]. URL: <http://www.forumsostav.ru/2/17528/> (дата обращения: 01.02.2009).

References:

1. Blackwell R., Miniard P., Angel J. Consumer behavior. SPb., 2007.
2. Welcome to the club of glamorous Bratz [Electronic resource]. URL: <http://bratzlife.ru/> (date of access: 02.02.2010).
3. Dubrovin I.A. Consumer behavior. M., 2008.
4. Ilyinskiy S.V. Positioning // Ilyinskiy S.V. Public Relations. Advertising. Marketing. Neuro-Linguistic programming: practical dictionary. M., 2006.
5. Kotler F. Basics of marketing. Shortened course. M., 2004.
6. Advertising. Definition. [Electronic resource]. URL: <http://www.forumsostav.ru/2/17528/> (date of access: 01.02.2009).

Литературоведение и критика

УДК 821.35.0

Хакуашева Мадина Андреевна

доктор филологических наук, профессор,

ведущий научный сотрудник Кабардино-Балкарского института гуманитарных исследований

НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ МОЛОДЫХ СЕВЕРОКАВКАЗСКИХ ЛИТЕРАТУР: ФОЛЬКЛОРИЗМ И ЕГО ЭВОЛЮЦИЯ

Аннотация: В статье рассмотрены предпосылки, мотивы усиления тенденции к фольклоризму как сущностной черте литератур Северного Кавказа на всех этапах их существования. Фольклоризм представлен в динамическом развитии как эстетическое явление, которое обусловлено прежде всего богатым мифофольклорным наследием северокавказских народов. Автор приводит научные дискурсы авторитетных отечественных ученых, кавказоведов, делавших попытки объяснить эту особенность и наделявших ее глубоким смыслом и долгосрочной перспективой.

Ключевые слова: фольклоризм, литература Северного Кавказа, заимствование, мифофольклорное наследие, традиция, художественные средства, элементы и структуры, образ, символ.

Khakuasheva Madina Andreevna

Doctor of Philology,

Professor, Leading Researcher Kabardino-Balkariya Institute of Humanities Research

NEW TENDENCIES OF YOUNG NORTH CAUCASIAN LITERATURES: FOLKLORISM AND ITS EVOLUTION

Abstract: The article describes backgrounds and motives of the increasing tendency to folklorism as an essential aspect of North Caucasian Literatures at all stages of their existence. Folklorism is represented in dynamical development as an esthetic phenomenon, which is caused by the rich myth-folkloristic heritage of the North Caucasian nations. The author gives scientific discourses of competent national scientists and specialists in Caucasian studies, who tried to explain this special feature and gave it deep meaning and long-term perspective.

Keywords: folklorism, literature of the North Caucasus, borrowing, myth-folkloristic heritage, tradition, artistic devices, elements and structures, image, symbol.

Современный устойчивый интерес к фольклоризму остается высоким и неуклонно повышается. Причина, очевидно, заключается не только в большой степени самых разнообразных форм и методов фольклорного заимствования, характерных для современной литературы. Оказывается необыкновенно обширной и усложненной сама сфера заимствования, внутри которой возникают определенные закономерности, что позволяет говорить о формировании отдельной межсистемной эстетической области или направления. На такую тенденцию указывает Г.Г. Гамзатов: «Изучение литературно-фольклорных взаимоотношений, выявление форм и этапов освоения литературной традиции устного народного творчества, характеристика разнообразных эстетических типов фольклоризма – от непосредственного вырастания литератур из фольклора до самых сложных, утонченных и опосредованных связей – вылилась за последнее время в особую область и фольклористики, и литературоведения» [9]. Говоря о нынешних особенностях литературно-фольклорных

связей, ученый отмечает, что «на современном этапе развития многонациональных литератур чаще всего имеет место эстетически усложненный, «скрытый» фольклоризм, который порою трудно распознать без особой расшифровки» [9].

Сам факт фольклорного заимствования представляется поистине древним, перманентным процессом. Тесная связь мифологизма и индивидуального художественного сознания была свойственна античности. Точнее сказать, последнее проявляло себя в мифологических формах. «Грек в каждом явлении родной природы видел след мифологического времени, сгущенное в нем мифологическое событие, которое могло быть развернуто в мифологическую сцену или сценку. Таким же исключительно конкретным и локализованным было и историческое время, в эпосе и трагедии еще тесно переплетавшееся с мифологическим» [3]. В эпоху античности возникает греческий роман трех типов, который преимущественно был основан на античной фольклорной традиции:

1-й тип: «авантюрный роман-испытание» («Эфиопская повесть», или «Эфиопика», Галидора, «Левкиппа и Клитифант» Ахилла Татия, «Хэрей и Каллироя» Харитона, «Эфесская повесть» Ксенофонта Эфесского, «Дафнис и Хлоя» Лонга);

2-й тип: авантюрно-бытовой роман («Сатириконт» Петрония и «Золотой осел» Апулея);

3-й тип: античная биография и автобиография (платоновский тип романа-автобиографии; «Апология Сократа», «Федон» Платона) [3, с. 168].

Этот процесс вхождения античного фольклора в формирующуюся античную литературу не носил, по всей вероятности, однонаправленного характера. Логично предположить, что две эстетические системы развивались в условиях взаимовлияния. Вероятно, процесс взаимодействия фольклора и литературы сложился как универсальный и относительно устойчивый еще в эпоху античности, и процессы фольклорно-литературного взаимодействия по необозримой диахронической координате развития (вплоть до сегодняшнего дня) лишь его зеркальное отражение с поправкой на особенности изменяющихся эпистем.

О.М. Фрейденберг отмечала особую природу античного фольклора, который «скомпанован мифологией, но весь обращен вперед, к литературе... Его будущее велико. Он растворяется в литературе...» [26].

Отношения между фольклором и литературой определяются У.Б. Далгат именно как «процесс длительного взаимодействия» [13, с. 9]. Это означает, что не только литература всегда испытывала влияние со стороны мифологии и фольклора, но и сама, отражаясь в художественном народном сознании, косвенно влияла на их формирование. Изучение творчества русских писателей XX века позволило У.Б. Далгат говорить о фольклоре как о «творчески продуктивном средстве художественного изображения» [13, с. 4]. Автор отмечает вторичный интерес к фольклорному и этнографическому материалу благодаря фольклоризму, достаточно распространенному и значимому в русской литературе указанного периода. Она отмечает необходимость исследования фольклоризма на разных стадиях литературного процесса. «В процессе (исследования. – М. Х.) перед нами встал вопрос, нужен ли (наряду с общетеоретическими принципами системного подхода) конкретный анализ фольклоризма того или иного писателя. Мы убедились в том, что такой анализ необходим...» [13, с. 301].

При выраженном элементе фантастического фольклор сочетает в себе противоположный, столь же выраженный элемент правдоподобия. М.М. Бахтин утверждает, что даже фантастика фольклора – реалистическая, так как она «опирается на действительные возможности человеческого

развития... Эти возможности останутся всегда, пока есть человек, их нельзя подавить, они реальны, как реальна сама природа человека» [4, с. 186]. Фольклорная фантастика, по мнению ученого, «ни в чем не выходит за пределы здешнего реального, материального мира, она не штопает его прорех никакими идеальными, потусторонними моментами, она работает в пространстве и времени, умеет ощущать эти просторы и широко и глубоко их использовать» [4, с. 186]. Исследователь приходит к особому понятию реалистичности фольклора: «Фольклорный реализм является неиссякаемым источником реализма и для всей книжной литературы, в том числе и для романа» [4, с. 186].

По степени максимальной близости к реальности А.Д. Лосев отмечает фольклорную традицию, определяя ее как «абсолютную эстетическую действительность» [17].

Фольклор предлагает необозримо широкий диапазон художественных средств, которые используются в искусстве и литературе, при этом сам фольклор остается автономной самоценной структурой. На это указывает И. Кажарова: «Нет необходимости доказывать, что фольклор оценивается художественным сознанием в качестве смысловой автономии постольку, поскольку составляет определенную знаковую структуру» [15]. Фольклорные элементы и структуры, ассимилируясь литературой, подвергаются более или менее значительным трансформациям.

Для определения границ подобных трансформаций необходима формальная дифференциация между фольклором и литературой. «Дифференцирующими факторами, отграничивающими фольклор от литературы, обычно признаются: устность происхождения и бытования, изменяемость текста, устойчивая традиционность и нормативность поэтических понятий, стереотипия образности художественного языка (тропов и фигур), постоянство сюжетно-поэтических ситуаций и общих мест, отсутствие так называемого тезауруса, то есть эстетического разнообразия способов выражения одной и той же мысли (то есть эквивалентности смыслов), являющегося достоянием литературы. Одной из главных примет народного творчества является его коллективность...» [13, с. 8]. С другой стороны, «литературное творчество отличается от фольклорного совокупностью исторически обусловленных эстетических признаков, и не только способом познания и воссоздания действительности, но и принципами художественного отбора и типизации жизненных явлений, «техникой создания героя» (по А.М. Горькому), формой абстрактного мышления, творческой индивидуальностью, самой «каноничностью» письменного текста» [13, с. 9]. В качестве дифференциальных признаков, по мнению У.Б. Далгат, можно считать отношение к

повествовательному материалу и его трактовку в фольклоре и литературе: в фольклоре оно не индивидуальное, в литературе же можно говорить уже об авторском отношении к материалу и соответствующей его трактовке. «Существенное различие между фольклором и литературой состоит, по мнению П.Г. Богатырева и Р.О. Якобсона, «в том, что для первого характерна ориентация на «langue» (как внеличную систему языка), а для второго – ориентация на «parole» (как на индивидуально речевой язык)» [13, с. 9].

В процессе длительной истории развития мирового литературного процесса взаимовлияние двух эстетических систем – фольклора и литературы – носило, по всей вероятности, нелинейный, ризоматический характер. Оно вызывало неоднозначную оценку исследователей, которые выделяли категории «соподчиненности», «взаимодействия», «отталкивания» во взаимодействии двух систем [13, с. 92–93].

Необходимо отметить, что взаимодействия литературы и фольклора очень редко существуют в рамках одной национальной культуры. Та или иная литература часто испытывает влияния инационального фольклора, как убедительно было доказано У.Б. Далгат на примере влияния кавказского фольклора на русскую классическую литературу [14]. Фольклорно-литературные влияния распространяются и соединяются с другими, «перетекают» и воплощаются в разных эстетических образцах других культур. Подобная тенденция представляется непреходящей. Достаточно напомнить, что античный греческий фольклор инициировал рождение античного греческого романа, последний повлиял на возникновение античного римского романа, античный роман (в совокупности) непосредственно повлиял на возникновение и развитие европейского.

Структура взаимодействия фольклора и литературы закономерно повторяет сложный рисунок взаимодействия различных культур. Так, «древнегреческая цивилизация поначалу питается формами жизни и культурой Древнего Египта... Новоевропейские нации начинают свое развитие на плечах полуторатысячелетнего цикла античной цивилизации. Итогом... взаимопроникновения, синтеза и развития... явилась европейская культура нового времени» [12].

В результате длительной, устойчивой литературной традиции по различному способу использования фольклорных элементов и структур выделилось понятие фольклоризма. Последний определяется У.Б. Далгат как «сознательное (курсив мой. – М.Х.) обращение писателей к фольклорной эстетике» [13, с. 15]. При этом «системное, высокохудожественное, функциональное использование фольклорных элементов в литературе не

разрушает ее каноны, а обогащает литературу идейно-художественным синтезом» [13, с. 21].

С другой стороны, кажутся справедливыми возражения Г.Г. Гамзатова, полагающего, что литературное творчество само по себе – сознательный целеполагающий акт, который исключает «бессознательное» применение фольклорных мотивов, поэтому акцент на «сознательном» применении неуместен [8].

В.М. Гацак закрепляет термин «фольклоризм» за творческим иносистемным преобразованием фольклорной традиции у писателей, композиторов, художников [10].

Элементы и структуры мифологии и фольклора, преломляясь через литературный дискурс, зачастую подвергаются литературной «реставрации»: «Старая ценность приобретает в новом контексте новую глубину» [1].

Современная глобализация явилась мощным катализатором, который оказывает сложное неоднозначное воздействие на явление фольклоризма. Оно мало изучено в так называемых молодых литературах, хотя уже сейчас можно с определенностью полагать, что актуализация мифологизма и фольклоризма современной литературы отчасти объясняется влиянием транскультурации. Ее отдаленной миниатюрной моделью может служить семидесятилетнее формирование и развитие национальных культур Советского Союза, в том числе многонациональной советской литературы, которая выдвинула целый ряд блестящих художественных произведений. Такой феномен, по мнению многих исследователей, стал возможен в результате взаимовлияния и сближения национальных литератур. Образование советской империи вызвало к жизни появление уникального феномена «многонациональной советской культуры» (в том числе литературы), который явился результатом сложной, противоречивой, но весьма продуктивной культурной интеграции. При этом гибкая, восприимчивая литературная традиция, чутко воспринимавшая инациональную поэтику разных советских национальных литератур, питалась от корней собственного фольклора. «Фольклор объемлет богатейший комплекс идейно-эстетических представлений народа. Фольклорные элементы как национально-эстетическая категория имеют отношение не только к стилю, но и к содержанию литературных произведений. Всем этим фольклор способствует «самоуглублению» сближающихся между собой национальных художественных культур, к которым в первую очередь относятся сокровища устного народно-поэтического творчества» [13, с. 211].

Сегодня советскую литературу смело можно назвать одним из самых ярких явлений истории: в ее недрах появились шедевры, занявшие свое осо-

бое место в общемировом культурном наследии. Чем был вызван подобный всплеск замечательных художественных достижений? Этот вопрос заставлял задуматься не одно поколение исследователей, но так и остался недостижимым для научного «препарирования». Вместе с тем многими исследователями было замечено, что самый «яркий свет», самая высокая художественная планка достигается больше всего на стыке культур, в самой нестабильной, конфликтной зоне, где выдающиеся произведения возникают не столько «благодаря», сколько «вопреки». Подобная маргинальность художественного сознания, на наш взгляд, характерна для регионов Российской Федерации, в том числе республик Северного Кавказа. Именно в регионах бывшего СССР складывается ситуация би- и полилингвизма, значительных культурных трансмиссий, которые вместе сложно и неоднозначно отражаются на художественном сознании, вызывая, кроме ускоренного развития литературы, значительные модификации и инверсии ее традиционных структур и жанров.

Вместе с тем приведенный выше пример модели советской многонациональной литературы лишь с натяжкой можно объявить соответствующей современным процессам транскulturации (последняя значительно масштабнее, сложнее и противоречивее). Но их, несомненно, объединяет нечто общее – культурная интеграция, которая явилась основой для расцвета художественного мастерства советского времени.

Благотворное влияние культурной консолидации – одна из центральных идей, которая лежит в основе исследований Г.Д. Гачева: «Пока народ существует изолированно, он не имеет возможности иметь национальное самосознание. Оно начинается лишь в актах сравнения с другими народами...» [11]. Автор отмечает амбивалентный характер современной литературы в условиях транскulturации, сочетающей на первый взгляд взаимоисключающие черты: «Самое увлекательное в исследовании – это уловить и определить особенные национальные черты в современных произведениях, которые все многосложны и многоуровневы и денационализированы под влиянием мировой цивилизации в той же мере, в какой они цветуще национальны» [11, с. 31].

Проблемы взаимодействия литературы и фольклора в большей или меньшей степени волновали адыгских литераторов на всех этапах формирования национальной литературы. Магистральная тенденция противостояния изолированной и открытой моделей развития литературы, возникшая в начальный период ее становления (соответственно оппозиция Т. Борукаева – Д. Налоева), имеет место и в настоящее время. Если на заре ее становления к изолированной модели развития на основе

адыгского фольклора призывали Т. Борукаев и его единомышленники, то сегодня существует сходная тенденция изоляционистского этноцентризма, который предполагает развитие национальной литературы и литературоведения в самих себе. Она связывает их дальнейшее развитие с ориентацией на особенности национальной духовной жизни: художественного сознания, национального фольклора, традиций, менталитета и т. д. Из литературных инновляций берется за основу русская литература. При этом, широко адаптируя русскую лингвоструктуру (так же, как и алфавит), ассимилируя принципы русского стихосложения, проводя традиционный сравнительно-сопоставительный литературный анализ и т. п., представители этого направления опускают факт, что сама русская культура (литература в том числе) складывалась под воздействием целого ряда инонациональных факторов, в частности византийского влияния и европоцентризма.

Несмотря на относительно устойчивый константный характер фольклора, он сам в большей или меньшей степени испытывает на себе ино-влияния, особенно в современных условиях. «В фольклоре заложены консолидирующие тенденции. По своей генетической природе фольклор не располагает к узкой локализации, он содержит активное интернациональное начало. Не случайно наиболее выдающиеся произведения фольклора в большинстве случаев формировались и бытовали в границах широкого этноисторического общения и часто становились достояниями не одного, а нескольких народов» [13, с. 210–211].

Кажется совершенно обоснованной точка зрения К.К. Султанова относительно закономерной противоречивости фольклоризма. «Подлинно художественный поиск, каким бы новаторским он ни был, удерживает в глубине ощущение первоначала, синтезирует в себе традицию и одновременно ее преодоление... Литература развивается не только благодаря, но и вопреки фольклору, причем это «вопреки» не разрыв, а внутреннее отталкивание, полемика, которая, если вдуматься, тоже есть форма связи» [22].

У.Б. Далгат отмечает разные формы фольклорного влияния в зависимости от периодов развития литературы. Так, на начальном «генетическом» этапе, которое соответствовало формированию молодых северокавказских литератур, преобладало прямое, формообразующее влияние фольклора. На более поздних этапах сложного взаимодействия двух эстетических систем этот процесс выливался в противоположную тенденцию – «антитезу», которая проявлялась в форме отталкивания от фольклорной традиции [13].

Соглашаясь с предшественниками в отношении непреходящего значения фольклора, В.А. Бигуа

подчеркивает важность эстетической системы взглядов, складывающихся в стихии общественной народной жизни. Говоря об абхазском романе, В.А. Бигуа пишет: «В художественной структуре романа, его строительными «лесами» выступают фольклорные и этнографические материалы. Часто этнографический и фольклорный образ превращается в полифункциональный символ (Абрскил, Рассеченный камень, Сасыква, Очаг)» [6]. Автор подчеркивает особую роль фольклоризма на примере индивидуального творчества Б. Шинкубы: «В романе Б. Шинкубы «Рассеченный камень», описывающем жизнь абхазов в переломные эпохи, по-иному функционируют фольклорные и этнографические элементы, они – неотъемлемая часть поэтики произведений и несут в себе большую художественную и смысловую нагрузку» [6, с. 18–19].

В разработку проблем мифопоэтического сознания, фольклорно-литературных и мифолитературных связей внесли существенный вклад Л.А. Бекизова, Ю.М. Тхагазитов. Говоря о значительной степени заимствования фольклорного и мифологического элементов адыгской литературой, Л.А. Бекизова в монографии «От богатырского эпоса к роману» ставит этот принцип за дифференцирующую основу. К первому типу исследователь относит романы, тесно связанные с фольклорной поэтикой, ко второму – менее зависимые от нее [5].

Ю.М. Тхагазитов отчетливо обозначил наиболее актуальные проблемы мифологических и фольклорных влияний на молодые литературы. Он продолжил поднятую полемику по этой теме в журнале «Вопросы литературы» (1976–1978), поставил ряд важных теоретических проблем, требующих своего разрешения. Исследователь впервые осмысливает историю адыгского фольклоризма, начиная с 1930-х гг., «когда литературно-фольклорные отношения у адыгов становятся предметом... споров между приверженцами идеологии пролеткульта (критик и писатель Д. Налоев и др.), призывавшими его к отказу от культурного наследия прошлого и к освоению русской культуры, и сторонниками поэта Т. Борукаева, которые считали недопустимым отход от фольклорных национальных традиций» [25, с. 22].

Работа З.М. Налоева «На стыке фольклора и литературы» явилась началом к «вдумчивому, серьезному отношению литературно-фольклорных отношений 30-х гг., не утративших своего значения и для современного адыгского литературного процесса» [25, с. 23]. Этой же проблеме посвящены другие работы З. Налоева: «Из истории культуры адыгов», «Джегуако и поэт», в которых нашли отражение важнейшие этапы переходного типа художественного сознания в период трансформации его из мифопоэтического в литературное. З.М. Налоев впервые подверг фундаментальному

исследованию народный институт джегуако – адыгских народных певцов-исполнителей, изучил и классифицировал разнообразные игровые формы культуры адыгов, которые получили яркое воплощение в творчестве джегуако [19].

Значительное влияние на адыгскую литературу, по мысли А.А. Схалыхо, оказывает героический эпос «Нарты»: «В эпосе сосредоточен весь арсенал устно-поэтического творчества адыгов (особенности стихосложения, стилистических фигур, изобразительных средств). Все это является неиссякаемым источником, питающим корни национального эстетического мышления. Надо отметить, что возрастает влияние эпоса «Нарты» на развитие абхазо-адыгских литератур и искусства. В частности, адыгейские писатели и поэты в своих произведениях нередко используют темы, сюжеты, образы, поэтические средства нартского эпоса» [23].

Героический нартский эпос и фольклор, по мнению В.Б. Тугова, «являются идейно-эстетической базой младописьменного романа» [24, с. 342]. Исследователь отмечает неровный характер взаимодействия двух эстетических систем на разных этапах развития, при этом проявляется тенденция к усложнению: «Воздействие фольклора на литературу, равно как и взаимодействие этих видов искусства, неодинаково в различные периоды. При зарождении национальных литератур и в первом периоде их развития идейно-эстетическое влияние фольклора, как правило, «открытое». В дальнейшем характер взаимоотношений устной словесности и письменной художественной культуры меняется и принимает неоднозначный и достаточно сложный характер» [24, с. 339]. Говоря о скрытых и неявных фольклорных проявлениях в литературном тексте, В.Б. Тугов вместе с тем не абсолютизирует роль самого фольклора: «Фольклор – не единственная база развития литературы, а лишь одна из традиций, которая постоянно питает письменное словесное искусство. В этом убеждает опыт развития любой национальной литературы. Широкое обращение современной литературы к мифологии, этнографии, фольклору свидетельствует о том, что метод реализма как открытая идейно-художественная система вбирает в себя все лучшее, прогрессивное, выработанное духовной культурой человечества» [24, с. 346–347].

С точки зрения Р.Г. Мамий, «фольклорный материал служит задаче реалистического постижения исторической действительности, глубокого проникновения в национальный характер» [18].

Г.Г. Гамзатов, говоря о недостаточном исследовании «внутренних закономерностей» литературно-фольклорных взаимосвязей, видит выход в применении особой методологии – «с проникновением вглубь», которая только и может дать

истинную картину «питательной среды», вскормившей «гениальное дитя фольклора – литературу, как высшую форму художественного сознания народа» [8, с. 326].

«Значительные литературные явления, – утверждает А.М. Гадагатль, – часто берут начало именно в фольклоре» [7]. Автор соглашается с А.В. Кулагиной относительно основного принципа фольклорной поэтики и стилистики группироваться «вокруг принципа повторяемости» [16]. Касаясь эпического художественного мышления («первобытного» и более поздних эпох), автор ссылается на Б.А. Рыбакова, который отмечает в свою очередь, что «новое не вытесняет старое, а наслаивается на него, добавляется к старому» [21]. Нам представляется неслучайным, что авторы (А.М. Гадагатль, А.В. Кулагина, Б.А. Рыбаков) акцентируют внимание на одной из важнейших особенностей фольклорной поэтики – повторяемости. Это свойство в свою очередь является одним из важнейших определяющих архетипа.

С течением времени отмечается закономерное «уплотнение» художественной, метафизической, онтологической и любой другой формы информативности художественного текста на его разных уровнях. Если она уже относительно давно коснулась развитых национальных литератур, то в настоящее время ее влияние испытывает адыгская литература; в первую очередь это касается значительного усложнения композиционной и структурной организации художественного текста, формирования сложных, символически закодированных жанровых форм (роман-миф, повесть-притча). «За последние десятилетия, – пишет Н.А. Приймакова, – появился еще один тип исторического повествования – роман-притча, роман-размышление: М. Эльберда «Страшен путь на Ошхамахо», Ю. Чуюко «Сказание о Железном Волке», Т. Адыгова «Шит Тибарда», Н. Куека «Черная гора», «Вино мертвых» и т. д., в которых события и исторические лица являются как бы фоном, на

котором строится сложный философско-поэтический сюжет, а фактическим объектом становится драматическая идея о прошлом адыгов, которая осмысливается в контексте мировой истории, ее духовного движения» [20]. Истоки и особенности возникновения этого интересного эстетического феномена – литературного мифа – рассматривал еще в начале 90-х гг. Ю.М. Тхагазитов: «Миф литературный, – пишет он, – понимается нами как интуитивно-сознательное воспроизведение народной мифологии с целью создания целостной картины национального мира... картины бытия, в котором органично соединяются в некую целостность национальная действительность и национальная история» [25, с. 234]. Значительные изменения художественного сознания, появление новых закономерностей в современной адыгской литературе все еще не имеют убедительного объяснения со стороны исследователей. Между тем разрешение этой проблемы нам представляется весьма важной задачей, учитывая непосредственную зависимость молодых северокавказских литератур от древней, богатой мифопоэтической традиции. Говоря о сходных проблемах в дагестанской фольклористике, Г.Г. Гамзатов отмечает, что «до последнего времени отсутствовали исследования, которые бы прослеживали внутренние закономерности поэтики жанра, динамики сюжета, изобразительных функций слова» [8, с. 325].

На значительную перспективу фольклоризма в формировании младописьменной адыгской литературы указывает Ф.А. Аутлева. В своем диссертационном исследовании автор касается отдельных аспектов фольклоризма. Исследуя нравственно-философский аспект современного адыгейского романа, Ф.А. Аутлева полагает, что «фольклоризм на новом этапе развития – проблема, находящаяся на первой ступени разработки» [2]. Несмотря на значительные достижения в отношении фольклоризма адыгской литературы, почти не разработан его онтологический аспект.

Библиография использованных источников:

1. Аузинь И. Расширение горизонта // Вопросы литературы. 1977. № 6. С. 90.
2. Аутлева Ф.А. Взаимосвязь фольклорно-эпического и литературного сознания в художественном осмыслении нравственно-философских проблем современного адыгейского романа. Майкоп, 2003. С. 4–5.
3. Бахтин М.М. Вопросы литературы и эстетики. М., 1975. С. 141.
4. Бахтин М.М. Формы времени и хронотопа в романе // Бахтин М.М. Литературно-критические статьи. М., 1986.
5. Бекизова Л.А. От богатырского эпоса к роману. Черкесск, 1974. С. 206.
6. Бигуа В.А. Абхазский исторический роман. История. Типология. Поэтика. М., 2003. С. 18.
7. Гадагатль А.М. Память нации. Генезис эпоса «Нарты». Майкоп, 1997. С. 219.
8. Гамзатов Г.Г. Национальная художественная культура в калейдоскопе памяти. М., 1996. С. 345.
9. Гамзатов Г.Г. Национальные художественные культуры в калейдоскопе памяти. М., 1996. С. 328.
10. Гацак В.М. Поэтика эпического историзма во времени // Типология и взаимосвязь фольклора народов СССР. Кишинев, 1984. С. 13.

11. Гачев Г.Д. Национальные образы мира. М., 1998. С. 30.
12. Гачев Г.Д. Неминуемое. Ускоренное развитие литературы. М., 1989. С. 15.
13. Далгат У.Б. Литература и фольклор. М., 1981.
14. Далгат У.Б. Этнопоэтика в русской прозе 20–90-х гг. XX века (экскурсы). М., 2004.
15. Кажарова И.А. Художественно-философское осмысление человека в истории адыгской поэтики (1979–1990 гг.). Нальчик, 2003. С. 98.
16. Кулагина А.В. Вопросы поэтики фольклора в трудах болгарских ученых // Фольклор. Историческая наука. М., 1977. С. 324–325.
17. Лосев А.Д. Античная мифология в ее историческом развитии. М., 1991. С. 83.
18. Мамий Р.Г. Вровень с веком. Майкоп, 2001. С. 83.
19. Налоев З.М. Этюды по истории и культуре адыгов. Нальчик, 1985.
20. Приймакова Н.А. Жанрово-стилевое богатство адыгского романа об историческом прошлом (поэтика сюжета). Майкоп, 2003. С. 7.
21. Рыбаков Б.А. Языческое мировоззрение русского средневековья // Вопросы истории. 1974. № 1. С. 4.
22. Султанов К.К. Не храм, а мастерская // Вопросы литературы. 1978. № 5. С. 109–111.
23. Схалыхо А.А. Идеино-художественное становление адыгейской литературы. Майкоп, 1988. С. 10.
24. Тугов В.Б. Память и мудрость веков. Карачаевск, 2002.
25. Тхагазитов Ю.М. Адыгский роман. Нальчик, 1991.
26. Фрейденберг О.М. Миф и литература древности. М., 1978. С. 9.

References:

1. Auzin I. Expanding horizons // Literature questions. 1977. № 6. P. 90.
 2. Autleva F.A. Correlation of folk-epical and literary consciousness in artistic understanding of moral-philosophical problems of modern Adyghe novel. Maikop, 2003. P. 4–5.
 3. Bakhtin M.M. Literature and esthetics questions. M., 1975. P. 141.
 4. Bakhtin M.M. Forms of time and chronotope in the novel // Bakhtin M.M. Literary-critical articles. M., 1986.
 5. Bekizova L.A. From heroic epos to novel. Cherkessk, 1974. P. 206.
 6. Bigua V.A. Abkhazian historical novel. History. Typology. Poetics. M., 2003. P. 18.
 7. Gadagatl A.M. Nation memory. Genesis of the epos «Narty». Maikop, 1997. P. 219.
 8. Gamzatov G.G. National artistic culture in the kaleidoscope of memory. M., 1996. p. 345.
 9. Gamzatov G.G. National artistic cultures in the kaleidoscope of memory. M., 1996. P. 328.
 10. Gatsak V.M. Poetics of the epical historism in time // Typology and interrelation of the folklore of the USSR nations. Kishinev, 1984. P. 13.
 11. Gachev G.D. National images of the world. M., 1998. P. 30.
 12. Gachev G.D. Inevitable. Accelerated development of literature. M., 1989. P. 15.
 13. Dalgat U.B. Literature and folklore. M., 1981.
 14. Dalgat U.B. Ethno-poetics in Russian prose of the 20-90-s of XX century (insights). M., 2004.
 15. Kazharova I.A. Artistic-philosophical understanding of a person in the history of Adyghe poetics (1979–1990). Nalchik, 2003. P. 98.
 16. Kulagina A.V. Questions of folklore poetics in works of Bulgarian scientists // Folklore. Historical science. M., 1977. P. 324–325.
 17. Losev A.D. Antique mythology in its historical development. M., 1991. P. 83.
 18. Mamiy R.G. Level with the century. Maikop, 2001. C. 83.
 19. Naloev Z.M. Essays about Adyghe history and culture. Nalchik, 1985.
 20. Priymakova N.A. Genre and style richness of Adyghe novel about historical past (plot poetics). Maikop, 2003. p. 7.
 21. Rybakov B.A. Pagan ideology of Russian Middle Ages // Historical questions. 1974. № 1. P. 4.
 22. Sultanov K.K. Not a temple but a workshop // Literature questions. 1978. № 5. P. 109–111.
 23. Skhalyakho A.A. Ideologic and artistic formation of Adyghe literature. Maikop, 1988. P. 10.
 24. Tugov V.B. Memory and wisdom of the centuries. Karachaevsk, 2002.
 25. Tkhagazitov J.M. Adyghe novel. Nalchik, 1991.
 26. Freidenberg O.M. Myth and literature of the ancient times. M., 1978. P. 9.
-

УДК 82.01

Мороз Олег Николаевич

доктор филологических наук,

профессор кафедры публицистики и журналистского мастерства

Кубанского государственного университета

ФИЛОСОФСКАЯ КОНЦЕПЦИЯ В.В. РОЗАНОВА О ДУШЕ В САТИРИЧЕСКОЙ «ПОЭМЕ» А.Н. ЧИЧЕРИНА: «ТРАНСЦЕНДЕНТНЫЙ МИР» И МЕТАФИЗИКА КРОВИ

Аннотация: В статье рассмотрены особенности использования в «Поэме» А.Н. Чичерина концепции В.В. Розанова о душе, в частности идеи о кровавом жертвоприношении. Изложены соответствующие идеи В.В. Розанова, опубликованные в дореволюционной печати, анализируется их содержание и философское значение. Утверждается, что А.Н. Чичерин использует в «Поэме» данную В.В. Розановым трактовку поэтической натурфилософии М.Ю. Лермонтова, согласно которой образы природного мира рассматриваются в «Поэме» как олицетворение божественных сил, а их одухотворение – как способ вхождения человека в «трансцендентный мир».

Ключевые слова: поэма, статья, сатирическое произведение, повествование, комментарий, метафизика, жертвоприношение, демонизм, А.Н. Чичерин, В.В. Розанов, М.Ю. Лермонтов, И.В. Сталин, А.Т. Твардовский.

Moroz Oleg Nikolaevich

Doctor of Philology

Professor of Department of Publicism and Journalistic Mastery Kuban State University

V.V.ROZANOV'S PHILOSOPHICAL CONCEPTION ABOUT SOUL IN THE SATIRICAL «POEM» BY A.N.CHICHERIN: «TRANSCENDENTAL WORLD» AND METAPHYSICS OF BLOOD

Abstract: The paper deals with the peculiarities of usage of V.V. Rozanov's philosophical conception about soul in the satirical «Poem» by A.N. Chicherin, particularly the idea about bloody sacrifice. The corresponding V.V. Rozanov's ideas, published in pre-revolutionary press, are given. Their content and meaning are analysed. It is noted that A.N. Chicherin uses in the «Poem» the interpretation of M.Y. Lermontov's natural philosophy offered by V.V. Rozanov, according to which images of natural world are considered in the «Poem» as personification of divine powers, and their vivification – as a way of person's entering the transcendental world.

Keywords: poem, article, satirical work, narration, comment, metaphysics, sacrifice, demonism, A.N. Chicherin, V.V. Rozanov, M.Y. Lermontov, I.V. Stalin, A.T. Tvardovsky.

«Поэма» Чичерина имеет яркий сатирический колорит. В общем порядке можно утверждать, что в ней идет речь о литературной жизни России 1950-х гг. – жизни советского литературного чиновничества. Между тем куда сложнее будет сказать, какие именно события литературной жизни того времени получают отклик в «Поэме». В «основной» части произведения – повествовании Рассказчика о друге, Василии Васильевиче – Чичерин концентрирует внимание на вопросе о душе и тех следствиях, к которым героев произведения приводит ее «обнаружение» [см. подробно: 2, с. 106–114]. Разумеется, найти в «основной» части «Поэмы» связь с актуальными событиями литературной жизни 1950-х непросто. Вероятно, сложность прочтения «основной» части определяется характером образности, используемой

Рассказчиком в целях подачи своей персоны, Василия Васильевича и других персонажей. «Рыба», «кот», «судак» и т. д., в образах которых предстают герои «Поэмы», являются иносказательными структурами; однако сами образы мало что говорят о специфике своей иносказательности. Какие задачи решал Чичерин, изображая героев «Поэмы» в образах природно-животного мира? Может быть, он хотел скрыть от редакторов и цензоров за этими образами лица неких советских литераторов, занимавших высокое положение в литчиновничьей иерархии Союза писателей? Этого нельзя исключать. Тем не менее мы полагаем, что природно-животная образность служит у Чичерина иным целям: целям выявления идейно-философских предпосылок феномена приспособленчества.

Нетрудно догадаться, что идентификация души в крови «судака», а именно к ней приходят Рассказчик-«рыба» и его друг-«кот», является указанием на философскую проповедь В.В. Розанова; не секрет, какое значение философ отводит идее крови в своих метафизических построениях. Это подтверждает и «Сказ о духе Лядове, об Ахинее Верхоглядове», выступающий у Рассказчика своеобразным пояснением приключившихся с Василием Васильевичем неприятностей по службе после съедения «судака». Напомним, что любовную интрижку Ахинея Рассказчик «комментирует» в «Сказе...» в полном соответствии с розановской интерпретацией лермонтовского «Ангела». Ниже мы покажем, что специфика природно-животной образности героев «Поэмы» определяется у Чичерина задачей представить читателю художественную реализацию философской концепции души В.В. Розанова в персонах Рассказчика и его друга Василия Васильевича.

Прочтение любовной интрижки Ахинея Верхоглядова с помощью лермонтовского «Ангела», понятого героем-рассказчиком по-розановски, позволяет предположить, что сексуальные отношения героя «Сказа...» с Катькой Чичерин дает как момент вхождения в «трансцендентный мир», то есть мир потусторонний. Это объясняет обращение Рассказчика в «Сказе...» к фантастике: его повествование о приключениях Ахинея в Аду. Однако розановская интерпретация стихов М.Ю. Лермонтова не только мотивирует дальнейшее повествование «Сказа...»; она также вводит сексуальные отношения в религиозный контекст – связывает секс с вопросом о душе, поисками местонахождения которой Рассказчик и Василий Васильевич занимаются в «основной» части «Поэмы». Или, говоря иначе, делает сексуальные отношения одной из практик духовных исканий героев Чичерина. Религиозный контекст секса заставляет соотнести любовную интрижку Ахинея с эпизодом пожирания «судака» («обнаружения» души и ее отождествления с кровью) и рассматривать пожирание и сексуальные отношения как аспекты единой концепции души. А это значит, что и эпизод пожирания «судака» имеет определенный религиозный подтекст, скрытый находящимся на виду значением обыденно-банального питания.

С этой точки зрения эпизод с пожиранием являет собой не только отсылку к философской проповеди В.В. Розанова, выступает, так сказать, ее экспликацией, высвечивающей идейно-философские принципы приспособленчества. С этой точки зрения он также имеет некое сюжетно-событийное значение, стоящее за его иносказательностью. Как мы помним, в природно-животных образах Рассказчик видит определенный человеческий типаж; поэтому резонно будет допустить, что «судак» – не

пищевой продукт, добытый из-под прилавка продуктового магазина, но некая персона, а пожирание «судака» – отношения Рассказчика и Василия Васильевича с этой персоной. Косвенно на это указывают неприятности Василия Васильевича по службе, приключаящиеся вслед за пожиранием «судака».

Соотнесенность эпизода пожирания «судака», и в частности отождествления души с кровью с любовной интрижкой Ахинея, делают очевидным тот факт, что предполагаемый нами религиозный подтекст восходит к философской проповеди В.В. Розанова. Зная об этом, мы можем легко найти розановское сочинение, в котором пожирание представлено в качестве процедуры религиозного порядка. Собственно говоря, это сочинение – еще одна статья В.В. Розанова «по поводу» лермонтовской поэзии: «Демон» Лермонтова и его древние родичи» (1902).

Центральный тезис этой путаной, как, по сути, и все прочие писания В.В. Розанова, статьи нам уже известен. Согласно точке зрения философа, лермонтовский «демонизм» есть божественная сила: «...то, что стало «демоном» в нашей эре, до нашей эры называлось «богом»...» [2, с. 98]. Разумеется, в «демонизме» М.Ю. Лермонтова В.В. Розанов находит «порыв» – любовное влечение, представляющее сексуальные отношения. Это «порыв» к «трансцендентному миру», то есть своего рода знак вхождения в божественную реальность и соответственно обретения той религиозности, которая была утрачена традиционным христианством. Однако к этому тезису В.В. Розанов в данной статье подходит с иной стороны – со стороны, скажем так, натурфилософской линии поэзии М.Ю. Лермонтова.

Он рассматривает стихотворения «Три пальмы», «Дары Терека» и т. п. и делает следующее заключение: «Все, что есть в моем сердце, есть в сердце того огромного духа ли, чудовища ли, во всяком случае огромного какого-то древнего, вечного существа, которое обросло лесами, сморщилось в горы, гонит по небу тучи. Таким образом, во всех стихотворениях Лермонтова есть уже начало «демона», «демон» недорисованный, «демон» многообразный. То слышим вздох его, то видим черту его «лика». Каспий принимает волны Терека только с казачкой молодой: вот уже сюжет «Демона» в его подробностях; «дубовый листочек» молит о любви у подножия красивой чинары: опять любовь человеко-образная, человеко-духовная, между растениями; три пальмы в кого-то влюблены, кого-то ждут; караван они встречают, как брачный поезд...» [2, с. 96].

Между тем внимания заслуживает тот факт, что В.В. Розанов объясняет «человеко-образность» и «человеко-духовность» природного мира

у М.Ю. Лермонтова отнюдь не вочеловечиванием природы. Напротив, он утверждает, что поэт «собственно везде открывает в природе человека – другого, огромного; открывает макрокосмос человека, маленькая фотография которого дана во мне...» [2, с. 96]. Иначе говоря, лермонтовская «человеко-духовность» природного мира означает у В.В. Розанова то, что природа духовна более, нежели сам человек: она, в отличие от человека, наглядно духовна. Как утверждает В.В. Розанов, очеловечивание природы отражает у М.Ю. Лермонтова процесс обнаружения человеком в себе той духовности, которая является атрибутом не столько самого человека, сколько природного мира. То есть очеловечивание природы происходит только потому, что человек открывает в себе природно-животное начало. «Между животными глубинами нашего «я», откуда как бы там ни было, во всяком случае распускается цветок любви, и между звездами есть какое-то родство, близость, телепатическая связь, незримая и, однако, действительная...» [2, с. 99] – пишет философ. Отсюда и проистекает его мысль о взаимообусловленности в поэзии М.Ю. Лермонтова натурфилософии и «демонизма». Понятно, что наглядную духовность природы В.В. Розанов связывает с плодородием: он видит в нем выражение идеи о «полосношенье» как о «трансцендентном мире», «мире ином». Природу, не в пример человеку, не пугает что-либо, что имеет отношение к «полосношенью», поэтому в ее духовности «трансцендентный мир» предстает открытым для обозрения – фактически находится в ней снаружи.

Эта наружность «трансцендентного мира» в природно-животных существах и мотивирует последующие рассуждения В.В. Розанова. Так, принятую в древности практику изображать божества в образах животных философ объясняет как раз тем, что в животных «трансцендентный мир» явлен в неприкрытом виде. Тождественность животных образов образам божеств философ видит в зодиакальных знаках. Как можно понять В.В. Розанова, эта тождественность имела следующую логику. Древний человек находил божество в небесном светиле, например, в Луне – Диану, Астарту, Милитту, Изиду [2, с. 100]. Установление человеком места пребывания «трансцендентного мира» за пределами собственной персоны можно понять или как отчужденность материи и духа, связанную, вероятно, с принципиальным отличием их друг от друга, или как «объективацию» божественной силы – установление ее субъектности, или как то и другое одновременно. Поскольку плодородие природы есть «трансцендентный мир», явленный в ней именно снаружи, становится возможным представить божество в образе животного и соответственно изображать небесные светила в виде животных.

В.В. Розанов приписывал древним непосредственное восприятие божественного мира (вероятно, в целях полемики с традиционным христианством); однако его рассуждения показывают, что дело обстояло несколько иначе. Так, философ пишет, что древний человек открывал для себя вход в «трансцендентный мир» посредством приношения в жертву богам животных. Конкретно – через кровь жертвенного животного. Вполне естественно, что «разрыв» человека с «трансцендентным миром», который и привел к превращению «божественного» в «демоническое», то есть к положению, наблюдаемому им в поэзии М.Ю. Лермонтова, В.В. Розанов связывает с отказом традиционного христианства от метафизики жертвенной крови: «...Это и продолжалось до начала новой эры. Тут вдруг один свет погас, зажегся другой. <...> Поразительно, что с падением обрезания разом рушились: жертвоприношения, чувство неба, свяшенно-трепетная семья и брак, и стала медленно и упорно угасать, погашаться любовь к детям (метафизика возникновения детоубийства). Старость, дряхлость, а еще лучше – раны, а еще того хуже – гроб вызвали поток совершенно нового умиления, и образовалось другое небо, полное другими небожителями. Они теперь удерживают от рождения, более всего грозят за любовь...» [2, с. 101–102].

В.В. Розанов помещает лермонтовский «демонизм» в контекст языческой религиозности и находит в натурфилософии поэта отзвуки древних ритуалов почитания божественной силы. Философ отнюдь не случайно обратился к ритуалу жертвоприношения, начав рассуждать о поэзии М.Ю. Лермонтова: связать лермонтовское одухотворение природы с сексуальной проблематикой, что было необходимо для проведения идеи о «полосношенье» как о «трансцендентном мире», иным способом ему вряд ли бы удалось.

По слову В.В. Розанова, «всмотримся в некоторые подробности». «...Везде сердце религии составляло жертвоприношение. Через кровь жертвы человек соединился с Богом. Что такое кровь? Бегущая жизнь, живое, творческое, безмолвное и созидующее. Все органы тела творятся из материала крови, и кровь животного (сумма ее) есть как бы пар его образа, его же фигура, прозрачная, душеобразная. Избрать между Богом и собою посредником, вестником кровь – уже значит самого Бога представлять и чувствовать не отвлеченно, но живо, кровно, а следовательно, родственно человеку...» [2, с. 98] – писал философ.

Мысль В.В. Розанова о крови жертвенного животного останется не вполне ясной, если мы не вспомним о том, что природный мир и самые животные есть доступное человеку выражение – в символической форме – «трансцендентного мира»,

мира божества. То есть о том, что божества-светила древний человек изображал в образах животных. Разумеется, философ не преминул связать зодиакальные знаки с ритуалом жертвоприношения животных: «...Звезды были разделены на группы, обведены фигурами-животными: вот подлинные боги древности, эти небесные животные! – и дева, и козерог, и младенцы, медведица, лев, дракон. У Геродота записано, что в каждом египетском городе почиталось свое животное, так что в сумме египетских городов почиталась вся сумма известных египтянам животных. Они же приносились в жертву, они же были брошены на небо – уже в каком-то новом смысле. Животное – предмет почтения в храме, животное – под ножом жреца, животное – обведенное вокруг звезд на небе, было взято вовсе не в одном смысле, но в трех разных, однако относившихся к одной метафизической загадке. «Животное, жизнь – непостижимо, тут и земля, тут – и небо; и перст, красная глина, – и дыхание Божие; его плоть я вкушаю, но пар его, но дух его улетает в небеса, – и вот отчего я тоже и молюсь ему...» [2, с. 99].

Согласно рассуждениям В.В. Розанова, животное является олицетворением божества именно потому, что его существование есть не что иное, как выражение той – духовной – силы, местом пребывания которой выступает «трансцендентный мир», мир «божественного», самое божество. Вместе с кровью, вытекающей из плоти, из животного уходит и жизнь как таковая, а следовательно, кровь и содержит в себе духовное начало, собственно «божественное» – то, что живет плоть. В собранной крови жертвенного животного духовно-«божественное» предстает как бы отдельно от плоти, так сказать, в собственном виде. Сбор крови являет в некотором смысле очерк (очертание) божества, так как божество и есть то духовное начало, что живет плоть животного. А это значит, что, вкушая мясо (плоть) жертвенного животного или, если в точности следовать за извивами розановской мысли, отведывая его крови, человек причащается божеству, соединяется с ним.

Между тем это соединение с божеством В.В. Розанов понимает отнюдь не в смысле мистического слияния (например, как традиционную христианскую евхаристию). Он мыслит его как ситуацию, в которой человек натуральным способом постигает реальность божества – то, что Бог – «сый», живой в прямом смысле слова, точно так же, как и он сам, человек. Постигание живого (сущего) Бога находится в прямой зависимости от осознания человеком того, что кровь, текущая по его венам, содержит в себе духовное начало, – осознания, непосредственным проводником которого выступает ритуал приношения в жертву животного. Кровь в равной степени живет плоть и животного, и чело-

века, без нее нет жизни, которая поддерживается, согласно точке зрения философа, только духом, то есть божеством; а это значит, что в крови и содержится духовное начало человека, его душа.

Иначе говоря, по В.В. Розанову, жертвоприношение есть форма представления о том, что человеческая кровь является носительницей души – инстанции, которая, с одной стороны, живет плоть, а с другой – указывает на действительность «трансцендентного мира» и непосредственную реальность божества. Так, он писал: «...Если в религию входит жертва, то непременно человек молится не понимаемому Богу, но существующему Богу, тому, который «есть», который скажет о Себе: «Я – есмь», и даже в этом, на первый взгляд странном определении, выразит свою главную сущность. «Я была, есмь и буду» – стояло, по словам Платона, на статуе Нейт в Саисе (египетский город). С наших, уже бескровных, логических точек зрения, «я есмь» как бы выражает отрицание сомнения в бытии: «не сомневайся – я есмь», «не ищите меня, не пугайтесь видимым отсутствием, – я есмь, существую». Между тем для народов, имевших жертвоприношения, ударение в этой формуле стояло не так: «существо я есмь», «сый я есмь», «вечно сущий, живой – как жива кровь, через которую ты ко мне относишься, и живой именно в крови, вечно гонящий кровь, струящий жизнь мира, нерв мира». Живого нельзя не бояться; это не просто сумма мнений теологов. Все древние народы, жертвоприносившие, трепетали Бога реально, невольно, неудержимо, как и любили его сыновне, реально же, и верили ему реально, как сын не может не верить в бытие отца своего, хотя бы никогда его не видел. Где были жертвы, – теизм был реален и неугасим... [2, с. 98].

В.В. Розанов полагал, что религия, не признающая ритуалов кровавого жертвоприношения, то есть традиционное христианство, «отрывает» человека от его духовных истоков и дает неверную перспективу понимания сил жизни, божества и «полосношенья». Живящие плоть силы перестают рассматриваться как божественные, человек видит в них проявление сил низшего порядка, механику материального и в результате сексуальные отношения утрачивают «божественную» красоту и превращаются в «демоническое» безобразие. По мнению философа, в «демонизме» своей поэзии М.Ю. Лермонтов вернулся к изначальному положению, характерному для древней религиозности. Мысль о крови как носительнице души и связывает у В.В. Розанова натурфилософию поэта с его «демонизмом», за которым, как он был уверен, стоит представление о «полосношенье» как о «трансцендентном мире».

В этом ключе В.В. Розанов и интерпретировал лермонтовского «Ангела». Живящая человека

кровь, носительница души, как и плоть, образуется в результате зачатия и, шире, рождения (появления на свет), то есть «полосношенья». Но если душа содержится именно в крови, сексуальные отношения, следствием которых и выступает рождение младенца, не является исключительно телесной практикой. Это обстоятельство задним числом придает сексуальным отношениям значение реальности «трансцендентного мира».

Таким образом, можно сделать предположение, что Чичерин соотносит в своей «Поэме» эпизод пожирания «судака» с любовной интрижкой Ахинея именно через идею В.В. Розанова о животном жертвоприношении. Эта идея является подтекстом как эпизода пожирания, в котором она озвучивается Дедом-«чудотворцем», так и истории сексуальных похождения героя «Сказа...», «прокомментированной» Рассказчиком в полном соответствии с розановской интерпретацией лермонтовского «Ангела». Если принять во внимание этот подтекст, в эпизоде пожирания «судака» можно будет обнаружить определенное сюжетно-событийное содержание. Собственно говоря, представленное в рассуждениях Деда-«чудотворца» отождествление души с кровью не может не вернуть нас к самому факту пожирания «судака». Это отождествление, восходящее к розановской идее о крови, дает возможность утверждать, что пожирание есть также момент в определенном смысле религиозной жизни Рассказчика-«рыбы» и его друга-«кота», и именно потому, что, будучи рассмотренным через призму философской проповеди В.В. Розанова, оно предстает как ритуал жертвоприношения. С этой точки зрения пожирание «судака» является актом причащения героев «Поэмы» некоему божеству, актом, в котором открывается их духовное измерение, плоскость их инобытия – потусторонний «трансцендентный мир» (подтверждением чему и выступают приключения Ахинея в Аду), а самый «судак» предстает символическим образом Бога. Пожирая «судака», символически представляющего божество, Рассказчик и Василий Васильевич как бы утверждают реальность живого Бога, Бога сущего.

Символическое значение божества «судак» получает в процессе пускания из его плоти крови, то есть в ситуации смерти [3]. Отсюда следует, что пожирание «судака» есть иносказание о событии смерти некоей персоны, которая, будучи дана в образе судака, символически олицетворяет Бога. Таким образом, «судак» является одновременно образом и некоей персоны, и божества. На это обстоятельство указывает используемая Чичериным в «Поэме» система природно-животной образности – образы животных, за которыми стоят многочисленные разновидности людей-приспособленцев. Соединение в образе судака человеческой персоны

и божества (которое и являет собой самая персона) Чичерин производит, следуя логике мысли В.В. Розанова о жертвоприношении животных. Согласно мысли философа, существование животного, в отличие от человеческого, принципиальным образом ориентировано на «полосношенья» и соответственно являет «трансцендентный мир» как бы снаружи, и именно поэтому оно символически олицетворяет (в древнем мире) божество. Между тем активизация в человеке животных начал создает ту же самую ситуацию: пребывание человека в образе животного приводит к своего рода экспликации «трансцендентного мира». А это значит, что образ человека-животного (человека, «обратившегося» в животное) также может выступать в роли символического обозначения божества – точно так же, как этим обозначением (в древнем мире) выступает образ самого животного. Очевидно, что мысль В.В. Розанова о жертвоприношении и обеспечила Чичерина тем художественным ресурсом, который предоставил ему возможность дать в образе судака определенную персону, символически олицетворяющую божество, – человека, мыслимого героями «Поэмы» в качестве Бога.

Данную в образе судака персону, то есть некоего человека, мыслимого как божество, будет нетрудно идентифицировать; необходимо лишь обратить внимание на некоторые детали, на первый взгляд – незначительные, детали, относящиеся к эпизоду пожирания «судака» и соотнесенного с ним «Сказа...». Судя по упоминаемым Чичериным реалиям (телевизор, кукуруза, космос и т. д.), основные события в «Поэме» относятся к 1950-м гг. Вспомним также и о том, что «судак» был пойман героем-рассказчиком ранней весной. Обширный пассаж Рассказчика о любовном влечении, рассыпающемся весенней порой, связывает эпизод пожирания «судака» с тематикой «Сказа...». Однако самая история о любовной интрижке Ахинея является как раз иносказанием о пожирании (так как в рамках философской проповеди В.В. Розанова, к которой и отсылает эта история, сексуальные отношения соотносятся с актом ритуального жертвоприношения-пожирания). Иначе говоря, упоминание о весне определяется у Чичерина не только мотивом «полосношенья», но также и пожирания-жертвоприношения. Зная, что пожирание «судака» есть ситуация смерти некоей персоны, а самый «судак» – персона, олицетворяющая божество, мы можем утверждать, что эпизод пожирания является у Чичерина иносказанием о смерти И.В. Сталина. Как известно, И.В. Сталин умер в самом начале весны 1953 г. – 5 марта; но более существенно то, что в его лице современники и видели воплощение Бога.

Полагая, что пожирание «судака» есть иносказание о смерти И.В. Сталина, мы можем кон-

кретизировать дальнейший сюжетно-событийный ряд «Поэмы» Чичерина. То есть тот ряд, который в повествовании Рассказчика представлен совершенно разными (самостоятельными) сюжетными мотивами: в «основной» части – это больничный «покой» Василия Васильевича, а в соотносимом с этой частью «Сказе...» – приключения Ахиней Верхоглядова в Аду (последствия его любовной интрижки). Однако в данном случае нам требуется осмыслить то обстоятельство, что Чичерин дает персону И.В. Сталина как символическое олицетворение божества в образе судака, а точнее – логику использования самой этой образности в качестве символического знака. Разумеется, представление о Вожде как о Боге не было в СССР институциональным (его персону не содержала того значения, которое, например, связывалось в языческие времена с фигурами римских императоров). Очевидно, что это представление о И.В. Сталине принадлежит именно Рассказчику и Василию Васильевичу (и, вероятно, фигурам подобных им приспособленцев, изображенных в «Поэме» в образах природно-животного мира). Мы идентифицировали в образе судака персону И.В. Сталина, опираясь исключительно на структурный анализ «Поэмы»; между тем предпосылки к соответствующему пониманию персоны Вождя содержат самые фигуры Рассказчика-«рыбы» и его друга-«кота». Как мы помним, герой-рассказчик и Василий Васильевич – литераторы. Первый – поэт, второй – литературный редактор (хотя и он «балует» некоего рода сочинительством). Отсюда можно предположить, что Чичерин связывает представления о И.В. Сталине как о Боге с литературной деятельностью своих героев. В этом нет ничего удивительного: только представленная как поэтический образ персону И.В. Сталина и могла в советское время мыслиться как олицетворение божества. И, забегаая вперед, скажем: в творчестве некоторых советских писателей Вождь как раз и изображался в образе Бога.

А теперь обратимся непосредственно к фигурам героя-рассказчика и Василия Васильевича. Отметим, что Рассказчик-«рыба» и его друг-«кот», в сущности, закольцовывают один и тот же типаж; они образуют в некотором смысле «дуэт» – целостную структуру, по отношению к которой их фигуры выступают ее (взаимосвязанными) аспектами. Очевидно, что фигура Рассказчика есть отсылка преимущественно к духовному аспекту этой целостной структуры, а фигура Василия Васильевича – к плотскому. Нетрудно догадаться, что «дуэт» Рассказчика-«рыбы» и его друга-«кота» есть структура, в которой Чичерин «воссоздает» философскую проповедь В.В. Розанова (на уровне бытового поведения героев «Поэмы»).

Между тем структурная организация «Поэмы»

дает основания полагать, что «дуэт» героя-рассказчика и Василия Васильевича имеет и историко-литературное содержание. Как мы помним, повествование Рассказчика есть не что иное, как поэтическое произведение, поэма. Точнее было бы сказать, что его повествование структурируется как цикл поэм – поэтическая диалогия. Та часть «Поэмы», которую мы назвали «основной», выступает своего рода первой книгой диалогии, «Сказе...» – второй. Отметим также художественную специфику каждой из «книг» Рассказчика и характер их композиционной соотнесенности. Если оставить в стороне неясности, связанные с природно-животной образностью персонажей Чичерина, можно будет сказать, что «первая книга» Рассказчика, «основная» часть «Поэмы», непосредственно изображает действительность (1950-х гг.). Что касается «второй книги», «Сказа...», то в данном случае Рассказчик прибегает к использованию условных форм изображения (царство Сатаны). Небезынтересным является и тот факт, что «вторая книга» представляет собой развернутое поэтическое повествование Рассказчика об одном из эпизодов «первой», она буквально «вклинена» в «первую книгу», причем в сюжетно-тематическом плане «вторая книга» совершенно не связана с «первой».

Если принять во внимание структурную организацию «Поэмы», являющую собой поэтическую диалогию, можно будет сказать, что Рассказчик выступает у Чичерина в роли автора некоего «двукнижия», посвященного другу, а Василий Васильевич – в роли центрального героя этого «двукнижия». Иначе говоря, они образуют целостную, скажем так, психопоэтическую структуру. В рамках этой структуры повествование Рассказчика предстает суммой авторских приемов, поэтикой автора диалогии, которая, если подходить к ней с позиций формального метода, и выражает авторскую личность. Василий Васильевич же, герой диалогии, выступает своего рода художественной экспликацией авторского сознания, так сказать, alter ego автора. Таким образом, можно предположить, что структурные особенности «Поэмы» передают основные черты поэтики некоего поэта, а самое произведение Чичерина является своеобразной отсылкой к творческой деятельности этого поэта.

«Поэма» Чичерина представляет собой поэтическое повествование, которое (о себе, причем в большей мере) о своем друге ведет Рассказчик-приспособленец; и с этой точки зрения она есть не что иное, как рассказ-саморазоблачение. Понятно, что между Чичериным, автором «Поэмы» de jure, и Рассказчиком, ее автором de facto, лежит совершенно неприступная граница, принципиальным образом отделяющая их друг от друга. Используя стандартные литературоведческие понятия, мож-

но сказать, что безымянный герой-рассказчик «Поэмы» – сатирическая маска, используемый Чичериным прием. Иначе говоря, ведя повествование от лица Рассказчика, Чичерин симулирует чужую речь, а это обстоятельство позволяет допустить, что, хотя для нас отнюдь не очевидно, чья именно эта чужая речь, его симуляция, по сути, выступает пародией. Поскольку Рассказчик поэт, а повествование о друге – его поэтическое произведение, становится ясно, что «Поэма» является пародией на стихотворную речь некоего известного советского поэта, не столько даже скрытого за фигурой героя-рассказчика, сколько всего лишь не названного по имени. Если же это так, то следует заключить, что используемый Чичериным прием – повествование от лица героя-рассказчика – не является сатирической маской, поскольку его задача – не скрывать за собой пародируемого поэта, но напротив – именно открывать. И открывать как раз в том, в чем он являет себя как поэт, то есть в его стихах (или, точнее, в его поэтике). В данном случае перед нами стоит вопрос о том, творчество какого известного советского поэта являет собой речь героя-рассказчика «Поэмы». А говоря еще проще, вопрос о том, кто у Чичерина выступает, так сказать, прообразом Рассказчика.

Мы вплотную приблизимся к решению этого вопроса, если внимательно проследим ключевые эпизоды сюжетного действия «Поэмы». В «основной» части своего повествования Рассказчик сообщает, что неприятности «кота» Василия Васильевича вызваны излишним усердием, проявленным им при пожирании «судака». Пожирании, которое, будучи ритуалом жертвоприношения, является также актом его вхождения в «трансцендентный мир». Рассказчик говорит, что Василий Васильевич исколот костями «глотку» (горло), и некий доктор прописал ему «покой», причем – против его желания, фактически насильно. Судя по «Сказу...», дублирующему и по-своему объясняющему это происшествие, вынужденный «покой» Василия Васильевича охватывает период времени, лежащий между отстранением Ахинея Верховлядова

от должности в некоем учреждении и его возвращением на ту же самую должность в то же самое учреждение. О том, что это за учреждение, можно судить по роду профессиональной деятельности Ахинея: он (как и Василий Васильевич) – литературный чиновник, в частности редактор. Решение об освобождении Ахинея от должности идет «с гор ЦК», то есть принято Центральным комитетом КПСС; если учесть также некоторые мелкие детали, сообщаемые о нем Рассказчиком попутно, можно будет предположить, что он, скорее всего, работал в редакции литературно-художественного издания (в «толстом» журнале) и занимал пост главного редактора.

В «Сказе...» промежуточный период «запрета на профессию», период между отстранением и возвращением на должность, приходится на приключения Ахинея в царстве Сатаны. Следовательно, его приключения в Аду есть иносказание о пребывании Василия Васильевича в «трансцендентном мире», вхождение в который он совершает в процессе пожирания (жертвоприношения) «судака». Завершается «Поэма» отменой больничного «покоя» Василия Васильевича и изложением созданной им «диссертации» «О санитарном процветании», которая, как следует из содержащегося в ней отрицания души, дезавуирует ситуацию с пожиранием «судака», как раз и накликавшую на него неприятности по службе. О событийном содержании отмены навязанного Василию Васильевичу «покоя» можно составить представление по «Сказу...», в котором данный эпизод соотносится с возвращением Ахинея к высокой должности в учреждении, утвержденном, вероятно, решением того же ЦК.

Таким образом, суммируя сказанное нами выше о структурной организации «Поэмы» и ключевых эпизодах ее сюжетного действия, можно утверждать, что созданные Чичериным фигуры героя-рассказчика и Василия Васильевича недвусмысленно отсылают к творческой деятельности Александра Трифоновича Твардовского и образу центрального героя его поэзии – образу Василия Теркина.

Библиография использованных источников:

1. Мороз О.Н. «Поэма» А.Н. Чичерина в контексте трансформации социально-политической жизни СССР 1950-х годов // Наследие Ю.И. Селезнева и актуальные проблемы журналистики, критики, литературоведения, истории : материалы второй Международной научно-практической конференции (Краснодар, 24–25 сентября 2015 г.). Краснодар, 2015.
2. Розанов В.В. «Демон» Лермонтова и его древние родичи // Розанов В.В. Собрание сочинений. О писателях и писательстве. М., 1995.
3. Чичерин А.Н. Поэма [машинопись с авторским автографом]. М., 1960. РГАЛИ. Ф. 2212. Оп. 1. Ед. хр. 7.

References:

1. Moroz O.N. A.N. Chicherin's «Poem» in the context of the transformation of the social and political life in the USSR in the 1950s. // Y.I. Seleznyov's heritage and actual problems of journalism, criticism, literary

studies, history : Materials of the II International scientific and practical conference (Krasnodar, September 24–25, 2015). Krasnodar, 2015.

2. Rozanov V.V. Lermontov's «Demon» and its ancient kinsmen // Rozanov V.V. Collected works. About writers and writing. M., 1995.

3. Chicherin A.N. Poem [typewriting with the author's autograph]. M., 1960. RGALI [The Russian State Archive of Literature and arts]. F. 2212. Inv. 1. Doc. 7.

УДК 82.0

Джамбекова Тамара Белаловна

доктор филологических наук,

профессор кафедры литературы и методики ее преподавания

Чеченского государственного педагогического университета

Джамбеков Овхад Алихджиевич

кандидат филологических наук,

доцент кафедры чеченской филологии

Чеченского государственного педагогического университета

РОЛЬ ФОЛЬКЛОРНОЙ СЕМАНТИКИ, ПОЭТИКИ И СТИЛИСТИКИ В ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ФИНАЛЬНЫХ СЦЕН РОМАНА МАГОМЕТА МАМАКАЕВА «ЗЕЛИМХАН»

Аннотация: На основе фольклорной семантики, поэтики и стилистики в статье рассматриваются проблемы художественной организации финальных сцен, посвященные последним часам жизни главного героя романа М. Мамакаева «Зелимхан».

Ключевые слова: фольклоризм, любовь к свободе, гармония природы, тайна чеченского национального характера.

Dzhambekova Tamara Belalovna

Doctor of Philology

Professor of Department of Literature and Teaching Methodology

Chechen State Pedagogical University

Dzhambekov Ovkhad Alikhdzhiyevich

Candidate of Philology

Associate Professor of Department of Chechen Philology

THE ROLE OF FOLK SEMANTICS, POETICS AND STYLISTICS IN ARTISTIC ORGANIZATION OF THE FINAL SCENES OF THE NOVEL BY MAGOMET MAMAKAEV «ZELIMKHAN»

Abstract: The article focuses on the artistic organization of the final scenes devoted to the last hours of life of the main character in the novel «Zelimkhan» by M. Mamakaev. The analysis is based on the folk semantics, poetics and stylistics.

Keywords: folklorism, love of freedom, harmony of nature, mystery of Chechen national character.

В любом живом языке, помимо действующих в нем грамматических законов, есть еще и «душа», или, как говорил Белинский, «гений», родственный духу национального фольклора.

Особое место в идейном замысле и художественной структуре романа М. Мамакаева «Зелимхан» (в том числе и в плане фольклоризма) занимают его финальные страницы, посвященные

последним часам жизни героя. Если на первых страницах романа можно было наблюдать довольно отчетливую апелляцию к жанру сказки (к примеру, по поводу романтических представлений чистой, юной, любящей и несколько романтически настроенной девушки Зезаг), то в заключительных эпизодах текста еще более отчетливо и непосредственно обращение автора к

жанру народной песни в различных ее разновидностях. Кроме того, в финальных сценах очевидно влияние таких фольклорно-мифологических форм, как приметы, предчувствия и суеверия.

Скрывающийся от властей далеко в горах, в маленькой халупе пастуха Зоки, раненый, но не сломленный абрек Зелимхан нашел надежный приют. Вынужденное и непривычное бездействие после чрезвычайно активных и дерзостно смелых действий приводит к тому, что едва ли не впервые в жизни Зелимхан, испытывающий внимание и почтение пастухов, называвших его «своим заступником», получил возможность более спокойного и размеренного существования, в состоянии которого для него неожиданно открываются непривычные для него грани жизни, в том числе и связанные с народной песней.

«Зелимхан запросто сживал у пастушеского костра, пристально всматриваясь в своих новых друзей, внимательно выслушивая их рассказы... Много ли надо горцу-пастуху, чтобы покорить его душу – просто дать почувствовать, что в нем видит человека. Время от времени кто-нибудь из пастухов брал в руки дечиг-пондар (чеченский национальный музыкальный инструмент. – *О.Д., Т.Д.*) и пел о трагедии юноши, восставшего против власть имущих из-за любви к свободе» [1, с. 117]. Мифологема свободы пунктиром проходит через финал романа. Приводимый автором фрагмент песни имеет явно не архаическое, а более современное происхождение, относится, скорее всего, к разновидностям так называемого рабочего революционного фольклора:

Бурей этого несправедливого века
Отравленные – мы поднялись,
И светлая дума и нас, не желая сдаваться,
Восстала против тюрем и цепей... [1, с. 117].

Возникший после этого диалог собеседников, посвященный конкретным формам борьбы с царизмом, вызывает неосознанную тревогу героя, вызывает тяжелые предчувствия, которые, как очень часто в народном творчестве, находят излияние души в форме песни: «Зелимхану почему-то стало грустно, и он запел свою песню:

Холодна ты, о смерть, даже смерть храбреца,
Но я был властелином твоим до конца...» [1, с. 118].

Минорная тональность этой песни не противоречит, а точно соответствует элегическому состоянию героя, напоминающего загнанного зверя, и, видимо, не случайно, вызывает у него неожиданный прилив особенного, редкостного просветления, внимания к природе.

Писатель глубоко анализирует психологический и психотерапевтический смысл народного пантеизма и мифопоэтизма: абрек Зелимхан именно перед лицом все более трагически стремительно надвигающейся смертельной опасности испытывает, ощущает истинную переоценку ценностей через присущий народному мировоззрению анимизм и антропоморфизм мира природы.

В этом внутреннем монологе, в этой несобственно прямой речи, несомненно и явно угадывается голос самого автора, который, возможно, «передоверяет» своему персонажу из народа несколько более глубокие и сложные чувства, мысли, ощущения. Стилистически тесно связаны с фольклором и авторские отступления. Но вместе с тем писатель хочет показать, что именно человек из народа в состоянии глубоко и содержательно воспринимать многое в реальной действительности.

Именно в контексте созерцания героем гармонии природы и ее духовно-философского переосмысления происходит новый совсем короткий, но необычайно светлый, гуманистический поворот сюжета.

В метафорических образах следующих фраз усиливается лирическое начало, которое порой в самых волнующих моментах проступает в эпической системе романа. То же самое можно сказать и об элементах романтизма, которые порой проникают в художественную ткань произведений: «... Ночь была тихая. Будто охраняя их, звезды глядели с глубокого синего неба, а лунный серп прилег на самую высокую вершину». Мифопоэтика астральной и лунарной (звезды, лунный серп) символики создает картину особой бережности отношения природы к людям.

Этот лирико-романтический фрагмент, символизирующий умиротворенность и покой, пусть и кратковременные, мимолетные, основанный на фольклорной символике, предшествует сдержанной сцене торопливого и не предвещающего ничего хорошего прощания.

Вообще в заключительных сценах романа М. Мамакаева чрезвычайно возрастает удельный вес использования в форме прямого цитирования фольклорных текстов. И это происходит неспроста. Именно в этот момент истины, перед лицом истинной опасности обостряются мысли и чувства главного героя, которые находят адекватное выражение в народной песенной лирике: «Харачоевец сидел на грубо отделанном войлоке у закрытого окна и, сотворив вечернюю молитву, тихим голосом пел свою любимую песню о герое Балу, который низверг жестокого черкесского князя:

В час, когда ночь делится пополам,
Как пулей раненная красная лань,
Вышел вперед сам храбрый Балу...» [1, с. 268].

Песня эта оказывается абсолютно идентичной внутреннему состоянию и внешнему состоянию Зелимхана, всколыхнувшей его душу. По замыслу писателя, именно непосредственно перед своим последним – смертельным – боем абрек Зелимхан осмысливает свою жизнь и судьбу в форме, близкой к народной героико-эпической песне, прерванной признаками новой, уже смертельной, опасности.

Динамично и крайне напряженно показан автором последний бой Зелимхана, когда была организована облава целого отряда солдат на одного, уже слабого физически, но не сломленного человека. История последнего боя Зелимхана – это один из наиболее ключевых эпизодов из многочисленных преданий, сложенных народом по свежим следам событий.

Характерно, что вся история и хронология деяний Зелимхана Гушмазукаева, преследований его и гибели практически в режиме реального времени фиксировалась и освещалась тогдашними средствами массовой информации Грозного, Владикавказа, других городов Северного Кавказа и России. Однако именно в народных, передаваемых тайком хабарах – слухах, устных рассказах происходила трансформация реального человека в образ народного героя, сохранялись те многочисленные детали, которые давали живой и реальный облик народного заступника, вершителя народной справедливости, сохранялись те штрихи, которые, возможно, гиперболизировали и идеализировали образ Зелимхана, но предавали ему особую неповторимость, создавали мифологему этого персонажа.

Именно сочетание исторических архивных источников и всего спектра устных изложений истории Зелимхана позволили М. Мамакаеву и другим писателям, обращавшимся к этой теме, провести еще одну значительную трансформацию – создать многогранный и полнокровный, теперь уже типологизированный и одновременно индивидуализированный литературный, художественный образ этого персонажа.

«Схватив винтовку, Зелимхан стремительно выскочил в сени. И сразу совсем рядом, за его спиной, прогремел выстрел. Неестественно откинувшись назад, абрек слегка покачнувшись, но тут же выпрямился и, почти не целясь, послал пулю на чердак и еще четыре на улицу. После этого, нагнувшись, он не вышел, а волчком выкатился во двор...

Солдаты с криком «ура» повылезали из своих укрытий и открыли беспорядочную стрельбу. Отстреливаясь на ходу, Зелимхан бросился к стогам кукурузной соломы и укрылся в них» [1, с. 269].

Писатель вновь показывает единство человека и природы, мироздания в целом: «В ту же минуту дождь, собиравшийся весь день, полил как из ведра. Сверкнула молния, осветив цепь солдат, сомкнувшуюся вокруг абрека. «О Аллах, само

небо покровительствует мне!» – подумал Зелимхан, стреляя туда, где успел заметить офицера» [1, с. 269].

И далее М. Мамакаев, с одной стороны, совершенно неожиданно, а с другой, напротив, вполне объяснимо и логично пишет, что тут герой громко и страстно запел доа (мусульманская предсмертная молитва. – О.Д., Т.Д.). Этот порыв был естественным и органичным для Зелимхана, истинно верующим как во Всевышнего, так и в силы природы. «Что-то жуткое было в этом пении, даже солдат пробрала дрожь. Вновь блеснула молния, и в пяти шагах от себя абрек разглядел труп офицера. В темноте, казавшейся после молнии еще более непроглядной, Зелимхан перебежал к другому стогу. Бежать дальше не хватало сил, ноги не слушались его. Мокрая от крови и дождя рубашка прилипла к телу. Не выпуская из рук винтовку, он прижался к стогу раненой спиной и зорко всмотрелся в темноту» [1, с. 269].

В финальной сцене романа отчетливо прослеживается воплощение писателем фольклорной мифологемы непобедимого, неуязвимого, заново воскрешаемого из мертвых героя. Естественно то, что в этом романе проявились как реальные, объективные черты этого исторического персонажа, зафиксированные в печатных материалах, разного рода донесениях, хранящихся в архивах, так и, несомненно, субъективные данные народной молвы, делавшей героя поистине бессмертным:

«Шли часы, и солдатам представлялось, что абрек давно мертв, но суеверный ужас перед ним был столь велик, что все предпочитали дожидаться утра, чтобы увидеть его труп.

Но едва в предрассветном тумане стали вырисовываться окружающие предметы, словно из-под земли перед солдатами появился Зелимхан.

– Эй, господа офицеры, взгляните сюда! – крикнул абрек. – Меня не берут ваши пули! А сейчас пора утренней молитвы» [1, с. 269–270].

На первый взгляд, герой неподвластен смерти, однако здесь ключевую роль играет реалистическая мотивировка, и развязка событий в романе М. Мамакаева совершенно противоположна финалу фольклорных произведений.

В героической песне, в языке сказывается тайна чеченского национального характера, которую должна постигнуть литература. Так, не будучи связаны с повествованием сюжетно, молитва и народная песня определяют эмоциональное напряжение и пафос чеченской прозы:

«И он громко запел:

Слушай, мое утомленное тело:
Ты ведь покоя не знало и ночью,
Помня, что пуля тебя не минует!
Рыскало ты по равнинам тревожно.

Это было так неожиданно, что солдаты застыли в ужасе, не веря своим глазам... Кто-то из офицеров и командовал: «Огонь!..» [1, с. 269–270].

«Грянул залп, и Зелимхан упал как подрубленный. Но в тот же миг снова вскочил на ноги и выпустил еще пять смертельных пуль в своих врагов. Дальше все происходило, как в фантастическом сне: раздавался залп, абрек падал, как заколдованный, вставал, и снова гремели его выстрелы. И так продолжалось минут двадцать. Наконец он упал и не встал. Но когда один из офицеров с криком «ура!» устремился к нему, Зелимхан, видимо, не в силах поднять винтовку, сразил его выстрелом из браунинга» [1, с. 270].

Слово «заколдованный» абсолютно точно передает объясняемые народом подобным образом сверхъестественные качества своего героя. Писатель хотел показать, что Зелимхан – один из немногих исторических деятелей, которых народ удостоил чести взять в герои своих исторических песен и преданий; что он отнюдь не «изверг рода человеческого», а народный герой, личность эпическая.

«Все было уже кончено: ноги его подкосились, и он опустился на колени. Кровь текла из его многочисленных ран так, что он походил на какой-то красный призрак. И все же Зелимхан встал во весь рост и, громко читая Ясын, пошел навстречу подползавшим к нему солдатам.

– Ложись, ложись! – истерически крикнул Кибиров, прячась за стог соломы. А Зелимхан шел на врагов и читал:

– Ясын вал-куранил хаким, иннакала минал мурсалиим...

Еще выстрел – и Зелимхан рухнул на свою винтовку. Оборвались слова Ясына, но еще долго никто из солдат и офицеров не решался подойти к нему, на всякий случай всаживая десятки пуль в мертвое тело абрека. Потому что и мертвый он казался своим врагам живым» [1, с. 271].

Последняя сцена романа создает героико-эпический образ человека, который больше всего стремился к небу и любил землю.

Фольклорное начало в данном случае проявлено имплицитно; оно присутствует в глубинных слоях текста, отображая дух героя, народное сознание, и в философском смысле оно значительнее, чем лежащие на поверхности реалистические мотивы поведения героя. Безусловно, автору он видится рядом с эпическими колоссами из песенно-героического репертуара, из эпоса «Нарты». Эпически широкое временное пространство, через которое прошла народная память, обуславливает поведение героя нынешнего, современного. Таким образом, особенно финальные сцены романа интересны воссозданием простоты и героического начала в фольклоре.

Завершая анализ фольклоризма романа М. Мамакаева, необходимо отметить, что при всех издержках социалистического строя чеченская литература, как и другие литературы Северного Кавказа, в это время переживают период национального подъема, связанного и с появлением своей национальной интеллигенции, формированием национальной профессиональной письменной литературы.

Отсюда стремление увидеть в поэзии народа свободу чувств и страстей, выраженных в свободной, не скованной правилами форме. Проблема борьбы с национальным и социальным угнетением, актуальная во все времена в словесном поэтическом фольклоре, оказывается созвучной профессиональной литературе, когда национальные темы обычно связывались с темами освободительной борьбы (движение непокоренных горцев). Такие произведения всегда отражают и фольклористические интересы авторов и обязательно связаны с размышлениями о ходе истории, о народных движениях. Таковы подлинно народные литературные произведения, разрабатывающие важные общенациональные темы.

Таким образом, проведенное выдающимся чеченским писателем Магометом Мамакаевым в его романе «Зелимхан» в ярких и полнокровных художественных формах и образах этно- и социокультурное исследование чеченской действительности рубежа XIX–XX вв. показало неразрывную связь времен, ретроспективу и перспективу исторического развития чеченского народа. Писатель глубоко оценил своеобразный синкретизм аутентичной народной культуры и духовных ценностей ислама, в эпоху тоталитарного устройства прозорливо предвидя и приближая национальное и духовное возрождение чеченского народа в современный период начала третьего тысячелетия.

«Глубина историзма, социальной детерминированности исторической личности отличает в его романах мамакаевскую манеру создания характера. Он исследует здесь и непосредственные, и отдаленные факторы, оказавшие воздействие на психологию героя, на его поступки, явления рассматривает исторически, в связи с конкретным содержанием самого явления и в связи с другими явлениями» [2, с. 11]. Здесь формируется достаточно новый для национальной литературы характер творчества, органичный по той причине, что воссоздает художественную картину мира с позиций мира народного, т.е. эпико-мифологического сознания, перенесенного в письменную литературу. «При этом не происходит смешения двух эстетических систем, а совершается процесс естественного восприятия национального фольклора и мира, но уже как основы национальной письменной литературы. Герои произведений генетически и типологически сходны с героями

народных легенд и преданий, исторических песен» [3, с. 21]. Однако они являются продуктом профессиональной литературы и обладают ее признаками в плане художественного метода и стиля.

Художественные принципы освоения в романе М. Мамакаева «Зелимхан» потенциала национального фольклора в целом и устной народной прозы в частности многообразны, они во многом синтезируют фольклорную и литературную художественность, не без воздействия многонациональной северокавказской и российской литературы, но с преобладанием творческой индивидуальности писателя.

Итак, в данной статье мы пытались установить место фольклора и традиционной народной культуры в художественной системе романа М. Мамакаева «Зелимхан», остановив внимание на анализе признаков фольклорной речевой культуры в художественном дискурсе романа; места традиционных народных обычаев и ценностей ислама в духовно-нравственном контексте романа; мифологических представлений, многофункциональности природного компонента в создании национальной мифопоэтической картины мира; фольклорно-этнографическом наполнении произведения.

В романе М. Мамакаева «Зелимхан» присутствуют элементы различных коммуникативных речевых жанров, различные формы, способы и приемы художественной речи, связанные с устной народной словесностью – монологизм,

диалогизм, внутренний монолог, несобственно прямая речь.

Органическое сочетание научного историзма и фольклорной поэтики в романе свидетельствует о картине обновления эпической традиции. Фольклоризм здесь выражен не только в прямых, но и более опосредованных формах, а потому более глубоких и сложных, на нескольких уровнях.

Фольклор здесь выступает и на уровне архетипов и мифологем коллективного бессознательного, и как средство расширения творческого потенциала литературы, как арсенал для поэтических мотивов и образов, устно-поэтических традиций, средств и приемов, наполняющих текст. Фольклоризм здесь проявляется в специфике стиля, фольклорных деталях, фольклорных основах психологического параллелизма, в символике, архетипах и мифологемах образов природы.

Жанровая система фольклора отражена в романе М. Мамакаева по-разному своими разными гранями: так, наиболее архаические жанры – мифы, обряды, заговоры – представлены главным образом имплицитно; более современные жанры – устной прозы, малых форм, непосредственно и органично бытующие в народном обиходе – так же органично включены в речевые характеристики персонажей; мотивы фольклорного эпоса, лирики и лироэпики – существуют в произведении, как правило, в форме подтекста, наполняющего текст скрытыми ассоциативными смыслами.

Библиография использованных источников:

1. Мамакаев М.А. Зелимхан : роман. Грозный, 1971. 275 с.
2. Мусаев Х.М. К вопросу о героическом в романе М. Мамакаева «Мюрид революции» // Вопросы эстетики фольклора и литературы чеченцев и ингушей. Грозный, 1985.
3. Хунагова Б.Д. Фольклорные традиции и художественные особенности горской эпической поэмы (Р. Гамзатов, К. Кулиев) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Майкоп, 2004.

References:

1. Mamakaev M.A. Zelimkhan : novel. Grozny, 1971. 275 p.
2. Musaev Kh.M. To the question of the heroic in the novel by M. Mamakaev «Murid of the revolution» // Questions of folklore aesthetics and literature of the Chechens and Ingush. Grozny, 1985.
3. Hunagova B.D. Folk traditions and artistic features of highland epic poem (R. Gamzatov, K. Kuliev) : abstract of dis. for candidate of philology. Maikop, 2004.

УДК 82.0

Чанкаева Татьяна Азаматовна

*доктор филологических наук, профессор,
первый проректор, проректор по учебно-методической работе Карачаево-Черкесского
республиканского института повышения квалификации работников образования*

КОНЦЕПЦИЯ ДОБРА И ЗЛА В ПОВЕСТИ М. БАТЧАЕВА «ЭЛИЯ»

Аннотация: В статье рассматривается своеобразие национально-эстетических особенностей прозаического произведения карачаевской литературы. Проводится анализ структуры художественного мира архетипических образов и мотивов. Выявляется специфика этнической культуры, особенности народного сознания. В итоге установлена система ключевых образов и мотивов, определяющих самовыражение национального автора.

Ключевые слова: этнос, концептосфера, концепт, архетип, категория добра и зла, образ-символ, психологизм, «культурный код».

Chankaeva Tatiana Azamatovna

Doctor of Philology, Professor

First Vice-Rector Vice-rector for educational and methodical work

Karachai-Cherkess Republican Institute of Advanced Training for Education Workers

THE CONCEPT OF GOOD AND EVIL IN THE NOVEL BY M.BATCHAEV «ELIA»

Abstract: The article explores the uniqueness of national aesthetic characteristics of the prose works of Karachai literature. The structure of the art world of archetypic images and motives is analysed. The author reveals specific features of ethnic culture, especially the national consciousness. As a result, the system of key images and motives defining the self-expression of national author is established.

Keywords: ethnicity, concept sphere, concept, archetype, a category of good and evil, image-symbol, psychologism, «cultural code».

Современный мир, в котором широкое распространение получили национальные и коммуитарные движения, в то же время движется к глобализации, единому информационному, экономическому и в значительной степени культурному пространству. В России проживают разные народы; их культура, обычаи, праздники – это часть культуры общечеловеческой. Через исторические события, коллизии, народный быт, характеры, запечатленные в прозе, проглядывают глубинные пласты национального духовного мира и народной этики. Создание холистической модели реальности сопровождается поисками путей к гармонизации отношений личности, социума и универсума, к диахроническому и синхроническому диалогу культур.

Ю.М. Лотман выделял функцию художественных текстов, которую он назвал культурной памятью: «Текст обладает способностью сохранять память о своих предшествующих контекстах» [5, с. 21].

В личности и творчестве писателя важно обнаружить доминанту – самое главное, центр или самую высокую вершину, с которой максимально видны скрытые смысловые связи во всех произведениях этого автора, что равносильно расшифровке «кода» писателя.

Культура народа – это сложная система, определяющая поведение и мышление его членов. Невозможно понять ни литературу, ни историю, ни искусство народа и даже поведение отдельно взятого человека, не зная культуру народа. Миф, фольклор, карачаевский этикет (тау адет), этнографические реалии нашли свое отражение в творчестве карачаевского писателя-гуманиста, поэта, переводчика, фольклориста и драматурга Муссы Хаджи-Кишиевича Батчаева.

Каждый этнос, как известно, обладает своей собственной моделью мира, «национальным образом мира». В карачаевской литературе среди многих имен писателей-прозаиков, в творчестве которых специфический способ миропонимания выражен наиболее органично, Мусса Батчаев занимает особое место. И, действительно, писатель строит свой Космос, создает свой образ мира. Элементы картины (образа) мира носят общечеловеческий характер, но их расположение, а главное, осмысление и оценка специфичны для каждого народа. Мусса Батчаев вырабатывает систему оценок своего космоса и самого себя в нем с позиции добра и зла. У сути категорий добра и зла, как ключевых понятий, как нам видится, необходимо раскрыть глубину их содержания в нравственно-этической

проблематике произведений национального писателя. Категория добра и зла архетипичны и присутствуют в любой культуре, однако содержание их меняется, развивается, наполняется разными смыслами в различных культурах.

М. Батчаев создает в своем творчестве художественно-типические характеры, которые не просто концентрируют в себе своеобразие народной жизни через бытие обычного карачаевского аула, родины писателя, – значимость их, опираясь на мощный потенциал народных ценностей, он сумел поднять до вселенских общечеловеческих масштабов. Через камерное пространство национального образа мира проявляется общечеловеческое значение творчества М. Батчаева на уровне таких концептов, как добро, зло, судьба, время и пространство, Родина – дом – очаг, свобода, человек, зеленое дерево, гость, гостеприимство, отец, честь. Именно через семантическое поле этих концептов следует рассматривать текст М. Батчаева как своеобразный метатекст, в котором автор отобразил не только знания народа о прошлом, но и свое отношение к проблемам нравственности, чести, свободы выбора.

Образы, созданные М. Батчаевым, имеют определяющее значение для выявления сущностной специфики образа мира, основой которого является «зашифрованный» символ-концепт. Именно исследование объективных символов-концептов, воспроизводящих ментальные особенности этноса, должны стать одним из методов реконструкции национального образа мира при анализе творчества писателя.

Добро и зло как универсальные понятия этики в ранних произведениях зарождающихся национальных литератур, в частности северокавказской, выражают фундаментальные установки морально-го сознания. Национальный мир тяготеет к общечеловеческой модели – универсуму и является его частью, что дает представление о духовном и материальном единстве мироздания. Мир разделен, с моральной точки зрения, на добро и зло, хорошее и плохое. Мысли, чувства, деяния персонажей могут соответствовать добру либо исходить из зла и быть по отношению к нему ведущими. Мотив борьбы эпического героя с антиподом, врагом рода, соплеменником – типичный в карачаевском эпосе.

В повести М. Батчаева «Элия» (1976) [1] обозначен образ века, времени как времени начал, надежд. В произведении автором вскрыты проблемы природы зла, продемонстрировано его воплощение, а также показано противостояние злу. Невозможно исследовать содержание произведения без его формы, вне его конкретного художественного «облика». Важно также, чтобы содержательный уровень произведения соответствовал стабильности, общности, характерной для большинства

произведений данного писателя. Ментальные единицы – концепты являются элементами концептосферы языковой культуры и моделируют языковое сознание индивида, лингвокультурной группы и нации в целом.

Герой «Элии» – горский мальчик. Сюжет повести, казалось бы, прост. Председатель колхоза потребовал избавиться от породистой резвой лошади по кличке Элия (элия в переводе с карачаево-балкарского – молния), и это его указание должен был выполнить отец главного героя. Отцу, который вырастил эту лошадь, жаль ее, но он вынужден подчиниться приказу. В этом произведении рассказывается не просто о лошади и мальчике, за его границами просматривается большая человеческая жизнь, показано влияние времени, раскрываются взаимоотношения людей, идет борьба добра и зла.

Нравственная проблематика является структурообразующим началом произведения, пронизывает его образную систему. Нельзя не подчеркнуть, что автором создан сильный образ – алый теплый поток крови, который органично вливается в повествование. Своеобразно построено произведение. В экспозицию помещен эпизод из конца повести, повествующий о том, когда отец в силу сложившихся обстоятельств уже зарезал Элию, в результате этого на белоснежном дворе образовался красный круг. «В нашем доме поют... На нашем дворе, на белом снегу – красный круг... Я сижу спиной к дому в нашем сарае. На стене против меня в одной связке восемь подков. Самое ненужное, самое лишнее сейчас на свете – эти восемь подков, думаю я. И еще думаю об отце, который поет с гостями...» Этот круг мальчик видит уже второй раз. Первый – когда лошадь (мать Элии) зарезал волк, а кровь словно выжгла снег – на нем горел алый круг, а юноше казалось, что «ручьём уйдя в снег, течет кровь, течет невидимая, красная, теплая, течет по ложине вниз...».

«Культурный код» (термин К. Рапая) понимается как система знаков (символов), смыслов (и их комбинаций), заключенных в любом предмете материальной и духовной деятельности человека, и правил, при помощи которых информация может быть закодирована для передачи, обработки, хранения и запоминания. Как следствие, один и тот же элемент национального кода может объединять значения, актуальные для разных систем кодировки. Таким образом, важным свойством элементов культурно-языкового кода является их связь с элементами понятийного кода [6, с. 23–32], которые в тексте, в том числе художественном, принимают вид лингвоконцептов.

Несущий сильную эмоциональную нагрузку, образ крови вновь возникает в повествовании в конце повести: «Сейчас я не пойму, почему не мог остаться снег на нашем дворе белым? И мне

плохо, мне кажется – и за этим алым кругом течет, уйдя под снег, кровь Элии. Течет, дымясь, горячая красная кровь по всему двору, по всем улицам, под всеми белыми сугробами, которые без устали наматывает январский ветер. Непонятно только, почему не растает подогретый снизу холодный снег?..» [1, с. 11].

Батчаев-художник образом-символом (красный круг на снегу) внес в повесть «Элия» драматический накал и тем самым придал ей некоторую законченность. Вот читатель вроде бы уже подходит к финалу и находится в трепетном состоянии ожидания конца, но тут писатель не завершает сюжет, а повествование продолжается. «Я вырос» – теперь уже, прожив жизнь, пройдя свой круг, взрослым взглядом герой смотрит на злоеущий круг от горячей крови Элии: «Я вырос, и теперь никого не могу винить за тот невеселый день... Вы жили не в моем, а в своем взрослом мире. И если бы мне тогда было не двенадцать лет, может быть, и я пел бы с вами... и я вижу, как, не чуя под собой земли, мчится по заснеженным улицам тонконогая белая лошадь. И почему она направляет свой стремительный бег не ко мне, а уносится прочь от меня все дальше и дальше, пока не исчезнет, и я ей могу сказать только «прощай», как говорят детству или первой любви?!» [1, с. 11].

Текст содержит «код авторской самоинтерпретации», а метапоэтика понимается как дискурсивная реальность. Конечно же, «содержание» и «форма» – это абстракции, а в реальности в произведении они не разделимы, гармоничны. Как известно, что, «воспринимая форму, мы тем самым постигаем содержание» [3]. Направленность автора на поиски взаимосближающих факторов традиционной культуры позволяет определить художественную структуру повести как экологическую этнопоэтику, базирующуюся на бесконечной паутине ассоциаций, которые охватывают человеческий и природные миры.

В стиле Батчаева наблюдается плотность письма, образность, афористичность, утонченность. Мы сознательно привели пространную цитату из повести, с целью продемонстрировать авторский стиль, взволнованность интонации, передать рефлексивность, подчеркнуть повторы-усиления, уточняющие художественную специфику. За всем этим происходит напряженная борьба добра и зла.

Так, в тексте народные нравственно-философские идеи и понятия перерастают рамки конкретного дела, определенного поступка или события и обретают общеполитический смысл. Художественный концепт выступает основным инструментом метаконцептного анализа и выявляется через моделирование его интертекстуальных и общекультурных значений в литературном произведении.

Концепт как лингвокультурологическая едини-

ца, включающая лингвистический и энциклопедический аспекты семантики, соединяет лексическое значение и лексический фон. Ю.С. Степанов определяет концепт в лингвокультурологическом плане: «Концепт – это как бы сгусток культуры в сознании человека, то, в виде чего культура входит в ментальный мир человека. И, с другой стороны, концепт – это то, посредством чего человек – рядовой, обычный человек, не «творец культурных ценностей» – сам входит в культуру, а в некоторых случаях влияет на нее... концепт – основная ячейка культуры в ментальном мире человека» [2, с. 40–41].

Важнейшие для национальной концептосферы концепты культуры и использование языковых материалов, в которых репрезентируется тот или иной концепт, необходимы при изучении родного языка с целью формирования этнолингвокультурологической компетенции носителей языка. Эпически осмысливаются Муссой Батчаевым концепты «дом», «земля» и, наконец, – на уровне этико-философских обобщений – извечные идейно-нравственные понятия «добро и зло», «смысл жизни», «предназначение человека». Невербальное знание вербализуется, но становится частью и рационалистического, и мифологического мышления, попадая и в историческое, и в циклическое время, где все точки равнозначны и нет деления на мирское и сакральное, а истина находится в глубине противоречий, в вечном и неизбывном противостоянии добра и зла.

Здесь основной функцией архетипов является их участие в процессе «индивидуализации», национально-эстетического самовыражения. Автор представляет концепцию нравственности, эпичность народного самосознания нового качества и не скрывает позитивных и негативных изменений, привнесенных временем в психику, этику и идеологию своего героя. Наряду с общечеловеческим содержанием, эти слова характеризуются национально-культурной спецификой, отличаются национально-культурными семантическими долями, или лексическим фоном. Эта лексика обозначает реалии общечеловеческой культуры, однако, вместе с тем отражает особенности языковой картины мира конкретного языка (душа, совесть, воля, тоска; свет – тьма, добро – зло, правда – ложь и т. д.; очаг, отчий дом, хлеб, семья, мать и т. д.).

В повествовании доминируют идеи многообразия, противоречивости и общего круговорота жизни, которую человек может познать через единение с естественной средой и социумом, через приятие добра и зла и любовь к ближним. Понимание этих ключевых для авторской философии бытия истин приходит к герою, когда он смотрит на свой дом и играющих рядом с ним детей. Его пробужденные чувства придали пейзажу огромную важность.

Таким образом, в структуре повести «Элия», в ее кульминации и в ее концовке имеется большое содержательное наполнение, и его многозначная символика заключает в себе сложное смысловое значение, выражающее мнение народное, всегда противостоящее злу и утверждающее веру в добро. Эта образная единица в тексте служит ярко выраженной знаковой системой, несущей информацию этнокультурной значимости. Преобладание внутренних конфликтов в этом произведении говорит о диалектике добра и зла в душе героев. Становясь предметом рефлексии, добро и зло в художественном аспекте конфликта и характера решаются с точки зрения нравственной рефлексии.

Извечная борьба добра и зла – трудная нравственная проблема человечества, важная тема и фольклора, и литературы. Она прослеживается в повести М. Батчаева «Элия», в которой показан человек с его проблемами, духовными исканиями, поиском смысла жизни. Автор в своем произведении емко отражает проблемы своего времени.

Преемственные связи с кровным, родным, предком – характерные черты горца. Для героя повести отец – смысл всей его жизни, по отцу он измеряет порядок, незыблемость мира, соизмеряет свои поступки. «Я думал, он, как кусочек горы – скала крепка, неизменная, которую ни дождь, ни солнце – ничто не может поколебать, преобразить, сплющить, только разбить ее можно, расколоть, разрушить, если найдется такая большая сила».

Нравственная рефлексия – это познание добродетели в рамках рефлексии, поиск нравственных оснований духовной жизни человека, выбор между добром и злом. Примером нравственной рефлексии могут служить самонаблюдение, самопознание, самосознание, хотя нельзя сказать, что она замыкается лишь на внутреннем опыте, на который направлено познание в рамках рефлексии, это как бы самосознание духовной деятельности вообще.

«Где добро, там и зло», как говорится, и любовь к отцу, стремление быть похожим на него для юноши рухнули в одно мгновение, там, на зимнем снежном дворе. В повести М. Батчаева «Элия», в ее кульминации и концовке, большим содержанием наполнен образ крови, который заключает в себе смысл противостояния злу и проповедует добро.

В повести прослеживается мифологизм, процесс метафоризации традиционных образов. У северокавказских народов основными объектами являются образы-архетипы – земли, воды, горы, деревьев, которые в национальной форме органично «переплавлялись» в художественной стихии.

Герой произведения поставлен в необычные драматические обстоятельства, требующие от него напряжения душевных сил и проявления истинных человеческих качеств, мужественности

даже в минуты слабости (как говорится, «быть человеком – это тяжело»). Недаром Мусса Батчаев считал Федора Достоевского своим любимым писателем, так как горскому автору импонировал трагизм и сложные психологические переживания, описанные классиком литературы.

М. Батчаев по своей натуре гуманист, стремящийся «делать добро скорей» (А. Суюнчев), свои мысли он «рассыпает» по своим произведениям, проходит путь художественно-философских исканий, и человечно звучат его строки: «то, что не сделаешь для своей земли сейчас, не сделаешь уже никогда», проникнутые идеей поиска гармонии внутри души человека.

Как отмечала З. Караева, повесть М. Батчаева «Элия», отразившая драматические конфликты эпохи, типологически близка повести К. Кулиева «Скачи, мой ослик!» [4]. В обеих повестях прослеживается связь детских воспоминаний героя с современным зрелым осмыслением прожитого времени, в них также наблюдается автобиографичность, постижение характера, безошибочная ориентация в категориях добра и зла и т. п. Следует подчеркнуть, что вместе с тем наблюдается типологическая близость тематики, сюжета, мотивов и с повестями Ч. Айтматова. Видимо, творческие позиции Батчаева сложились под влиянием одних и тех же факторов, что и у Айтматова. М. Батчаев – уникальное явление в художественной культуре народов Северного Кавказа, составляющих одну этнокультурную общность и обладающих стройной системой общекавказских ценностей, ему выпало стать национальной единицей, в творчестве которого сфокусировались основы народного мировидения.

М. Батчаев сделал шаг к углублению психологизма, изображению внутреннего мира человека. Писатель, показывая идеологию времени, осмысливает нравственно-эстетические категории, применяет серию приемов, выявляющих качества личности. В центре повести «Элия», как и вообще в творчестве этого прозаика, стоит человек с его бытовыми, социально-экономическими и нравственными проблемами, имеющими общезначимый интерес.

Эти транскультурные, глобальные процессы, затрагивающие все аспекты национального бытия, неизбежно сказываются на идеологии и поэтике литературы, порождающей новые смыслы и новые художественные формы.

Человека, воспитанного в системе этических и эстетических понятий, у которого сформировано отчетливое представление о подлинных ценностях и художественный вкус, не будет удовлетворять продукция низкого качества, он будет искать художественные ценности, отвечающие его представлениям о красоте, духовности, гуманизме.

Библиография использованных источников:

1. Батчаев М. Быть человеком. М., 1987.
2. Белоусов В. Люди гор: Очерк // Ставрополье. 1972. № 4.
3. Кожин В. Стихи и поэзия. М., 1980.
3. Кулиев К. Скачи, мой ослик! // Юность. 1987. № 7.
4. Лотман Ю.М. Три функции текста // Ю.М. Лотман. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история. М., 1999.
5. Степанов Ю.С. Константы: Словарь русской культуры. М., 1997.
6. Толстая С.М. К понятию культурных кодов // Сборник статей к 60-летию А.К. Байбурина. СПб., 2007.

References:

1. Batchaev M. To be a man. M., 1987.
2. Belousov V. Mountain people : essay // Stavropol. 1972. № 4.
3. Kozhinov V. Poems and Poetry. M., 1980.
3. Kuliev K. Ride, my donkey! // Yunost [Youth]. 1987. № 7.
4. Lotman Y.M. Three functions of text // Y.M. Lotman. Inside intellectual worlds. Man – text – semiosphere – history. M., 1999.
5. Stepanov Y.S. Constants: Dictionary of Russian culture. M., 1997.
6. Tolstaya S.M. The notion of cultural codes // Collection of articles for the 60th anniversary of A.K. Bayburin. SPb., 2007.

УДК 82.0

Лоов Руслан Азретович

*ассистент кафедры публицистики и журналистского мастерства
Кубанского государственного университета*

**ЧЕЛОВЕК В СИТУАЦИИ ИСКУССТВА:
КНИГА «ГОЛОС ИЗ ХОРА» А. СИНЯВСКОГО (А. ТЕРЦА)**

Аннотация: Статья содержит исследование книги русского писателя А. Синявского (А. Терца) «Голос из хора», являющейся попыткой автора увидеть условия лагеря глазами художника. В статье подвергается анализу позиция А. Синявского в отношении художника и человека, столкнувшихся на границе искусства и реальности.

Ключевые слова: художник, человек, искусство, реальность, фантастический мир, личность, литература.

Loov Ruslan Azretovich

*Assistant Lecturer of Department of Publicism and Journalistic Mastery
Kuban State University*

**A PERSON IN THE SITUATION OF ART:
THE BOOK «A VOICE FROM THE CHORUS» BY A.SINYAVSKY (A.TERZ)**

Abstract: This article contains the research of the book «A Voice from the Chorus» written by the Russian writer A. Sinyavsky (A. Tertz). The book is the author's attempt to show the conditions of the camp through Artist's eyes. In this article is analyzed Sinyavsky's position in relation to the Artist and Person, who are faced on the border of art and reality.

Keywords: artist, man, art, reality, fantasy world, identity, literature.

В своей книге «Голос из хора» писатель А. Синявский (А. Терц) исследует внутреннюю суть художника, соприкоснувшегося с неведомым для него миром. Книга «Голос из хора» возникла из писем писателя к жене во время отбывания им лагерного срока за писательскую деятельность. Хор в интерпретации А. Терца является метафорой зависимости человека от окружающей его

действительности. По словам В. Перельмутера, «автор книги очутился в хоре вынужденно, насильно: выйти – не может, молчать – не хочет» [2]. Стихийность «Голоса из хора» создает неповторимое ощущение многослойности, открытого пространства, где голос автора то поглощается хором, то все же солирует на его фоне. По словам

М. Эпштейна, в «Голосе из хора» проявляется исконно русское направление философствования – мыслительство: «мыслительство – особая наклонность российского ума, которая не совпадает с традиционным делением культурных областей на «литературу», «эстетику», «политику», «философию» и т. д.» [6, с. 86], «мыслить – значит пребывать в мышлении, которое само пребывает в мыслимом» [6, с. 86]. Терц, приближаясь к объекту своего исследования, любования, сам сливается с ним: «творчество в первую очередь – это прозрение глаз в веществе за счет собственной зоркости» [4, с. 101].

Сам человеческий характер в условиях лагеря подвергается писателем некому критическому переосмыслению, становится для него чем-то абстрактным. В лагерном письме к М. Розановой от 16 июля 1970 г. Синявский-Терц пишет: «Не знаю, что такое характер. И в себе я больше чувствую не себя, а отца, мать, тебя, Егора, Пушкина, Гоголя. Целая толпа накладывается на восприятие, участвуют с нами и едут, куда нас повезут, и мы помним (или не помним) о ней ежечасно, и если писать человека реально, то это выльется скорее в ландшафт, чем в характер» [3, с. 163]. Возникает странное отождествление человека с природой или человеческой природы с ландшафтом: «Не люди – просторы. Не характеры – пространства» [4, с. 33]. Тема пространства становится одной из ключевых в творчестве писателя.

Отдельно стоит остановиться на хоре и том, что он из себя представляет. Хор – это лагерный фантастический мир. Это живой язык лагеря, наполненный экспрессией, неологизмами, которыми восхищается человек Синявский и которые берет на вооружение писатель Абрам Терц: «Собачье мясо полезно лагерному человеку. У кого табачок – у того и праздничек (Пословица). / На воле человек тоже слабнет. / У меня только арматура осталась. И шкура. / Я более-менее одет. / С конфискацией имущества. / Я тоже, говорю, с животного мира, от насекомых произошел. Но я знаю – кто рыжий! / Они еще пожалеют, что меня не убили. / У каждого есть что-то возлюбленное. А больше всего я любил холодец с хреном!..» [4, с. 13].

Однако было бы ошибочным понимать произведение Терца исключительно как зарисовки с натуры. За видимым лагерным хором вступает и другой, незримый хор вселенского масштаба. Его составляют голоса других времен, пространств.

Скрытый хор сидит в самом авторе: писатели, поэты, художники, философы, святые, грешники, полководцы, цари и смутьяне, боги, друзья и родные – живущие и давно почившие. Все, что составляло внутренний мир писателя, все, что его волновало, интересовало, – реализовалось в этом сложном произведении. Структура «Голоса из хора» напоминает рассказ Терца «Гололедица», где в одном человеке сосуществует и уживается бесчисленное множество людей и животных прошедших времен. В хоре отжившее получает возможность перерождения в искусстве, а искусство и является главным дирижером всего сущего.

Художник, по мнению Терца, оказывается медиумом, пропускающим через себя поток неконтролируемой информации: «Он слышит ночью хор голосов – может быть, духов земли, или всех рассыпанных по ней бесчисленных племен и народов – и, прислушиваясь, чувствует вдруг, что если поймет он из этого хора хоть слово, то сойдет с ума. Понять – сойти» [4, с. 35], – поскольку «...художник не может и не должен ничего понимать» [4, с. 11]. На место понимания приходит удивление от соприкосновения с новым.

В лагере Синявский находит в чистом виде то, чего не ожидал встретить, – искусство. Как отмечает Л. Флейшман, в лагерных заметках проявляется черта всеохватности и «почти детская завроженность, влюбленная загнипнотизированность искусством, самозабвенное растворение во всех периодах его истории и во всех его формах» [3, т. 1, с. 10]. И действительно, подобно Пушкину, которого А. Терц сравнит в «Прогулках с Пушкиным» с Хлестаковым, что был «на короткой ноге» со всеми, Синявский, если отказаться от ироничного подтекста данного высказывания, оказывается «на короткой ноге» и с историей, и с философией, и с культурой, и только потому, что все вышеперечисленное проходит проверку искусством. Для Терца искусство – это и есть жизнь, способ жизни, средство жизни. Главный герой (субъект) этой жизни – художник (в широком смысле). Здесь, по Терцу, он попадает в «ситуацию искусства», подобно тому как человек, родившись, попадает в «ситуацию жизни». Искусство оказывается метафоричной реальностью. На самом же деле оно оказывается даже чем-то более реальным и значимым, чем жизнь.

Синявский объясняет это тем, что искусство оправдывает жизнь в ее сугубо биологическом смысле. В письме к М. Розановой от 15–16 апреля 1969 г. он высказывает еще более парадоксальную мысль: «Искусство и жизнь? А может, и нет никакой жизни, а есть одно искусство?..» [3, т. 2, с. 354]. Искусство становится главным доказательством красоты окружающего мира, оно заложено уже самой природой: «к искусству относятся раскраска

цветка, хвост павлина, лучи заката – выделяющие породу и особь вопреки нивелирующим действиям смерти. Не здесь ли связанность искусства – с полом, с продолжением рода? И не есть ли оно в этом случае брачное оперение жизни, которая в расчете на будущее наряжается и прихорашивается?..» [4, с. 17]. Искусство оказывается не просто сопровождением человека по жизни, но и являет эту самую жизнь, актуализирует ее, доказывает эстетическую ценность существования. По словам Е. Гофмана, в «Голосе из хора» «расцветает сад высоких метафор, свидетельствующих о стремлении автора постичь глубинную суть искусства» [1, с. 64], хотя, по замечанию Синявского, это практически невозможно: «Когда меня спрашивают, что такое искусство, я начинаю тихо смеяться от удивления перед его непомерностью и собственной неспособностью выразить, в чем же заключается все-таки это непрестанно меняющееся и притягивающее, как свет, содержание. Господи, всю жизнь я потратил только на то, чтобы раскусить его смысл, и вот в итоге ничего не умею и не знаю, как об этом сказать. Я говорю: «возможно», «наверное», «будем надеяться», «не есть ли оно то или то» и тотчас теряюсь в неразгаданности задачи. Поэтому так убивают определения присяжных эстетиков, в

точности знающих, что оно такое (как будто это кому-нибудь удавалось, как будто это можно узнать!). Искусство всегда более-менее импровизированная молитва. Попробуйте поймать этот дым» [4, с. 5]. Но неуловимость искусства, неспособность человека познать и объяснить его природу только разогревает интерес к нему.

Именно в лагере Синявский всерьез задумывается о чистом искусстве, стоящем над ограниченностью человеческого бытия, искусстве, которое важнее его создателя, искусстве, пытающемся говорить о себе самом: «Какие только фокусы ни выкидывает искусство и, пища обо всем на свете, пишет только о том, каково оно из себя, и любит автопортретом. Только ли? В конечном счете оно, в самом деле, твердит лишь о собственном необъяснимом присутствии, расцвете, возникновении и, теряясь в действительности, не имеющей к нему отношения, любую глупость готово выдать за факт своего местопребывания в мире, стоит тому едва пошевелить пальцами» [4, с. 8].

«Голос из хора» демонстрирует А. Терца-свидетеля. Атмосфера лагеря очаровала писателя, и он незамедлительно вступил с ней в диалог, действуя как исследователь, первооткрыватель.

Библиография использованных источников:

1. Гофман Е. Бред и чудо. К вопросу о поэтике метаморфоз в творчестве и мировоззрении А.Д. Синявского // Андрей Синявский – Абрам Терц: облик, образ, маска : Первые международные историко-литературные чтения, посвященные жизни и творчеству Андрея Синявского (Абрама Терца) / сост. Н. Рубинштейн. М., 2011.
2. Перельмутер В. Эхо голоса из хора [Электронный ресурс] // Toronto Slavic Quarterly. 2006. № 15. URL: <http://sites.utoronto.ca/tsq/15/perelmutter15.shtml#top> (дата обращения: 11.12.2015).
3. Синявский А. 127 писем о любви : в 3 т. М., 2004.
4. Терц А. Голос из хора. München, 2006 [Электронный ресурс]. URL: <http://imwerden.de/cat/modules.php?name=books&pa=showbook&pid=321> (дата обращения: 11.12.2015).
5. Флейшман Л. «Мужское письмо» // Синявский А. 127 писем о любви : в 3 т. Т. 1. М., 2004.
6. Эпштейн М. Синявский как мыслитель // Синтаксис. 1998. № 36.

References:

1. Gofman E. Absurd and miracle. The question of metamorphoses poetics in the creative work and worldview of A.D. Sinyavsky // Andrey Sinyavsky – Abram Tertz: look, image, mask : The First International Historical-Literature Readings devoted to the life and creative work of Andrey Sinyavsky (Abram Tertz) / comp. by N. Rubinshtein. M., 2011.
2. Perelmutter V. Echo of a Voice from the Chorus [Electronic resource] // Toronto Slavic Quarterly. 2006. № 15. URL: <http://sites.utoronto.ca/tsq/15/perelmutter15.shtml#top> (date of access: 11.12.2015).
3. Sinyavsky A. 127 letters about love : in 3 Volumes. M., 2004.
4. Tertz A. A Voice from the Chorus. Munich, 2006 [Electronic resource]. URL: <http://imwerden.de/cat/modules.php?name=books&pa=showbook&pid=321> (date of access: 11.12.2015).
5. Fleishman L. A Male letter // Sinyavsky A. 127 letters about love: in 3 Volumes. V.1. M., 2004.
6. Epshtein M. Sinyavsky as a thinker // Syntaxis. 1998. № 36.

УДК 82.0

Степанова Виолетта Владимировна

магистрант Карачаево-Черкесского государственного университета им. У.Д. Алиева,
учитель русского языка и литературы гимназии № 17, г. Карачаевск

ДУХОВНО-НРАВСТВЕННЫЕ КООРДИНАТЫ ГЕРОЯ ДЕРЕВЕНСКОЙ ПРОЗЫ 70–80 ГГ. XX В.

Аннотация: В статье анализируется творчество представителей деревенской прозы со стороны духовно-нравственной проблематики, рассматривается проблема народного характера и национальной судьбы. Сделан вывод о пути духовно-нравственного возрождения деревни.

Ключевые слова: деревенская проза, образ, праведник, крестьянская мораль, мироощущение человека, нравственный потенциал.

Stepanova Violetta Vladimirovna

Candidate for a Master's degree Karachay-Cherkess State University named after U.D. Aliev
Teacher of Russian language and Literature Gymnasium №17, Karachaevesk

SPIRITUAL AND MORAL COORDINATES OF THE VILLAGE PROSE HERO IN THE 70-s AND 80-s OF THE XX CENTURY

Abstract: The article provides the analysis of the works of the village prose representatives from the spiritual and moral points of view. The problem of the national character and national destiny is considered. The conclusion about the spiritual and moral revival of the village is made.

Keywords: village prose, image, righteous man, peasant morality, human view of life, moral potential.

Уникальным явлением русской культуры второй половины XX столетия по праву считается деревенская проза, объединяющая таких самобытных художников, как Ф. Абрамов, В. Астафьев, В. Белов, В. Распутин, В. Шукшин.

Деревенская проза – явление сущностного порядка, и «эта сущность выявляется не столько на уровне образа героя или повествователя, сколько на уровне эстетического идеала, сформировавшегося на основе крестьянского мироощущения и мировоззрения в его мирной, общечеловеческой сути, связанного с самой широкой мировой культурой» [1, с. 8].

Деревня привлекала писателей как воплощение нравственной, бытовой, эстетической традиции народной жизни. Исходным моментом в деревенской прозе становится характер, человеческая личность в ее взаимоотношениях с исконными нравственными традициями народной жизни, с тем многообразным новым, что несет с собой прогресс, урбанизация и ее последствия. Нравственные следствия этой закономерной встречи традиций с новыми веяниями жизни стали объектом пристального художественного исследования. В целом деревенская проза 1970–1980-х гг. утверждает высокое нравственное достоинство личности человека, крестьянина, непреходящую ценность его духовного опыта.

В повестях А. Белова, В. Распутина, В. Астафьева отношение к земле, природе выступает

своеобразным мерилom духовности и самым существенным критерием нравственной оценки человека. Единение природы и человека – залог нравственной и физической прочности человека: его лучшие качества есть результат близости сельского труженика к земле, к труду, природе.

От рождения до смерти ощущают свое родство с природой героини повести В. Распутина «Прощание с Матерой». И умирая, ее зов, зов земли и природы, они слышат ясно: «Земля не молчала, – писал В. Распутин в «Прощании с Матерой», – звала их перед смертью проститься». Перед лицом смерти, уничтожения, небытия люди уподобляются живому миру: напоминает человека убитый медведь-людоед в новелле В. Астафьева «Поминки», схожи описания погибшего Гоги Герцева и замерзшего в тундре песка. Аналогии свидетельствуют о цельности, органическом единстве природного мира и человека.

Непосредственное, эмоционально-чувственное и эстетически переживаемое восприятие природы характеризует мироощущение человека, близкого к природе. Трудно сосчитать, сколько рек, речек, речушек описал В. Астафьев в «Царь-рыбе», и каждая обретает свое собственное лицо, характер. Автор описывает таинственную, заросшую лесом речку Опариху: «Здесь самые что ни на есть джунгли, только сибирские, и называются они точно, метко – шарагой, вертепником и просто дурни-

ной». Автор сравнивает Опариху с синенькой жилкой, «трепещущей на виске земли, и рядом с нею и за ней монолитная твердь тайги, сплавленной веками и на века». По-иному автор воспринимает «Енисей, входящий в межень, уработавшийся, наревевшийся за весну, погулявший во хмелю половодья, довольный собой, убаюканный глубокой силою, широтой и волею...» Восторг и упоение чувствует повествователь, созерцающий красоты родной природы. Герой, соприкасающийся с миром природы, переживает процесс духовного и физического обновления. Сокровенно-интимное общение с природой способствует духовно-нравственному становлению личности, суть которого не только в постижении прекрасного, но и в осмыслении себя как частицы всеобщего, как звена длинной, нескончаемой цепи человеческих поколений.

Природа и человек организуют противоречивое единство: человек не может существовать вне природы; но и природа нуждается в нем. Ее самым надежным хранителем всегда был землепашец, оседлый крестьянин. Одухотворенная природа, соотносимая с формами бытия человека, оказывается подвластна нравственному закону. Своенравна природная стихия, трудно и опасно с ней жить человеку, но чистота его помыслов, бескорыстие, умение понимать ее законы, бережность и даже некоторая нежность в обращении с нею смиряют ее, она щедро раскрывает человеку свои клады. Таким кладом в повести «Стародуб» оказывается «небесный камень», голубой мрамор, завещанный Култышу Фаетаном. Этот образ имеет двойственную природу: реальное земное богатство и волшебный клад, открывающийся лишь избранным. Выявляя нравственный аспект отношений между человеком и природой, В. Астафьев словно возвращает наше сознание к гетевскому тезису «природа всегда права», утверждая справедливость и мудрость природы.

Писатели декларируют естественность в широком понимании, предполагающем соблюдение законов природы и обязательное соотнесение, согласование с ними законов социальных, ибо нормы человеческого общежития являются частью общих законов природы в той степени, в какой человек является ее частью.

Природные начала человека исконно благодны. Поэтому любые отклонения от естественности, будь то дезертирство Андрея Гуськова («Живи и помни»), преждевременное затопление Матеры («Прощание с Матерой»), несправедливое раскулачивание середняка («На Иртыше», «Кануны») или варварское отношение к природе рыбака («Царь-рыба»), вызывают гневное отношение писателей. Они пытаются донести до читателей мысль, что следует признать порядок природы как единственно незыблемую реальность, следует подчиниться ей и, исходя из этого, строить свою жизнь.

Деревенская проза 1970–1980-х гг. XX столетия продолжает многовековую тему национальной литературы – тему крестьянской России, творчески наследуя провозглашенную и воспетую ее предшественниками идею живительной силы крестьянской морали и нравственности. Классические образы народного праведника, странника, правдоискателя находят продолжение в деревенской прозе [2].

При всем многообразии индивидуальных судеб и характеров героев Ф. Абрамова, В. Астафьева, В. Белова, В. Распутина, В. Шукшина объединяет некая типологическая общность, заключенная в их «деревенском» происхождении, в знаковой принадлежности персонажей к Деревне. Родовой дом, опозитизированный труд на земле, соборность и роевость, естественность и простота (наподобие природной сообразности) – основные столпы мировоззрения селянина. Писатели изобразили на страницах своих произведений нового героя – сельского жителя, образ которого определен бытийными координатами (землей, природой, традиционными устоями деревенского уклада), человека «земного в деяниях и помыслах» [3].

Абсолютная идея и назначение человека состоит в его земном предназначении: человек приходит в мир, чтобы «создавать жизнь, растить хлеб, любить все сущее вокруг».

Характер героя деревенской прозы определяет ряд сущностных представлений о мироздании и особенностях мироощущения, важнейшими из которых являются образы Деревни-Дома, дороги, специфическое восприятие времени. Мироощущение сельского жителя характеризует исходная установка на лад, гармонию, центральной позицией которой является идея единения природы и человека.

В произведениях В. Астафьева, В. Белова и В. Распутина человек изображен в его антропологической, природной сути. Сельский житель дан в характерном для него отношении к земле. Поэтому можно говорить о том, что человек в произведениях деревенской прозы прежде всего представлен как существо природное.

Человек в произведениях деревенской прозы заявляет о себе и как родовое существо. И его родовое начало обусловлено общечеловеческим генофондом, информационной памятью прошлых поколений. Следовательно, наделенный чувствами исторической памяти, причастности к роду, соборности, составляющих первооснову этической системы героя, человек в деревенской прозе заявляет о себе как существо духовное, способное постигать тайны бытия и соотносить с ними свое поведение.

Традиция духовности актуализируется в художественной системе деревенской прозы в образе праведника. Это положительный герой особого

типа, выражающего авторские представления о глубинных национальных духовных традициях, закрепленных веками этических норм крестьянского мира. В их духовной организации особое место занимает память, привязанность человека к земле, природе, родным могилам, к прошлому. Герои-праведники (бабушка Катерина из «Последнего поклона» В. Астафьева, героиня Ф. Абрамова Милентьевна, старухи Дарья и Анна из повестей В. Распутина, герои рассказа В. Шукшина «Светлые души» и др.) наделены душевной открытостью, искренностью, умением сочувствовать и сопереживать. Раскрывая смысл праведного существования человека, писатели уверены в способности народной духовности противостоять разладу. Их гармоничное мироощущение раскрывает перед героями и вслед за ними – перед читателями пути духовного самоусовершенствования.

В. Астафьев, Ф. Абрамов, В. Белов В. Распутин, В. Шукшин запечатали в своих произведениях напряженный поиск духовно-нравственного возрождения, которое неизменно связывают с духовными традициями русского крестьянства.

Следуя традиции русской литературы, связывающей понятие идеала с народом, В. Астафьев, Ф. Абрамов, В. Белов и В. Распутин исходят из того, что нравственные и духовные основы нации, ее генетические корни изначально здоровы и благостны. Сельская местность в представлении писателей – питательная среда нравственного потенциала человека. Центральная идея крестьянского лада – идея непреходящей ценности традиций и идеалов народной культуры, животворности народных традиций как генетически культурно-нравственных, духовных основ общества – определяет всю деревенскую прозу в целом.

Библиография использованных источников:

1. Басинский П.В. Деревенская проза. М., 2000.
2. Большакова А.Ю. Нация и менталитет: Феномен «деревенской прозы» XX века. М., 2000.
3. Большакова А.Ю. Русская деревенская проза в новом осмыслении // Литературная учеба. 2001. № 4.

References:

1. Basinskii P.V. Village prose. M., 2000.
2. Bolshakova A.Y. Nation and mentality: The phenomenon of the «village prose» in the XX century. M., 2000.
3. Bolshakova A.Y. New Understanding of Russian village prose // Literary Studies. 2001. № 4.

УДК 82.0

Кубанова Асият Алиевна

магистрант

Карачаево-Черкесского государственного университета им. У.Д. Алиева

ИДЕИ ЖИЗНИ, СМЕРТИ И СЧАСТЬЯ КАК ОБЪЕДИНЯЮЩИЕ РОМАН В РАССКАЗАХ З. ПРИЛЕПИНА «ГРЕХ»

Аннотация: В статье рассматриваются композиция произведения, его идея, основные мотивы и система образов. Анализируются художественные особенности романа в рассказах. Выявляется лейтмотив повествования в сопоставлении понятий «жизнь» и «смерть». Автором определены наиболее значимые аспекты художественного мира писателя.

Ключевые слова: роман в рассказах, мироощущение, микромир, мировосприятие, лейтмотив, психологический аспект, категории жизни и смерти.

Kubanova Asiyat Aliевна

Candidate for a Master's degree

Karachai-Cherkess State University named after U.D. Aliev

THE IDEAS OF LIFE, DEATH AND HAPPINESS CONNECTING A NOVEL IN STORIES «SIN» BY Z. PRILEPIN

Abstract: The article examines the composition of the work, its idea, the basic motives and the system of images. The artistic features of the novel in stories are analysed. The keynote of the narration is revealed

contrasting the concepts of life and death. The author identifies the most significant aspects of the art world of the writer.

Keywords: novel in stories, view of life, microworld, world perception, keynote, psychological aspect, categories of life and death.

Захар Прилепин – писатель, который умеет рассказать о нынешнем поколении: о его воспоминаниях, о сегодняшнем мироощущении, о мечтах – без пошлости, грязи и пресловутого гламура. Автор погружен не только в свою внутреннюю экзистенцию и личностные кризисы, он умеет смотреть в глаза действительности и осмысливать ее. Он пытается соотнести себя со временем, в котором живет, которое пришлось преодолеть, кому интересно понять человека в контексте исторических изменений и социальных потрясений, осознать, какое место отдельная личность занимает в историческом потоке.

Одна из наиболее примечательных черт творчества З. Прилепина – использование в одном произведении (будь то объемный роман или же небольшая новелла) разнообразных контрастных художественных средств и приемов с целью наиболее полного выражения содержательности и проблематики. Одним из таких авторских приемов является своеобразное выстраивание сюжетно-композиционной структуры.

В книге «Грех» писатель создает цельное повествование, объединяющее рассказы общим героем и единой драматургической линией развития его образа (от экспозиции в первом рассказе до развязки и кульминации в последнем).

Первый рассказ в сборнике – «Какой случится день недели» – проникнут необыкновенно радостным, восторженно-приподнятым настроением, переполняющим героя. Такое настроение можно охарактеризовать как «щенячий восторг», свойственный ребенку, которому только открываются все прелести мира. Герой поглощен своей всеобъемлющей любовью – любовью абсолютной, рядом с которой ничто не имеет значения. Захар счастлив рядом с любимой, и его счастье проецируется на весь окружающий мир – источник яркого света, тепла и счастья. Мироощущение героя сродни природному в его непосредственности и искренности, когда разум не обременен анализом, а чувства – страданиями от несовершенства мира. Первый рассказ – это не только начало повествования и экспозиция произведения, но прежде всего эмоциональное начало жизни. Можно сказать, что драматическая завязка происходит именно в тот момент, когда счастье замкнутого, но самодостаточного мира влюбленных сталкивается с неизбежностью злого окружающего мира. Вторжение извне нарушает гармоничность микромира и сдвигает героев на новую жизненную ступень, новый этап восприятия. Переломным моментом, своеобразной

кульминацией, после которой герои стали иными, становится смерть одного из персонажей – старого актера, еврея Валиеса (по сюжету, главный герой, а затем его любимая брали у него интервью, чтобы заработать денег на жизнь и развлечения). Уже в первом рассказе намечается столкновение основных глобальных категорий, которое станет основным конфликтом произведения, – жизни и смерти, счастья и безрадостного бытия, любви и одиночества. С точки зрения драматургии «романа» (если рассматривать книгу как единое целое), этот рассказ является завязкой, предвещающей дальнейшее драматическое развитие сюжета. Тема счастья – основная в книге, но везде рядом с этим счастьем соседствует смерть.

Особенно ярким этот контраст выглядит в одноименной новелле сборника. «Грех» является вторым по счету рассказом, повествование здесь ведется от третьего лица (как и в финальном рассказе «Сержант»; во всех остальных – от первого лица). Мы видим героя – Захарку – юношей семнадцати лет, только начинающим познавать себя и окружающий мир. Несмотря на то что герой совсем юн, его мировосприятие уже нельзя назвать «чистой доской», каковым оно является у героя первого рассказа, старшего по возрасту. Именно поэтому для автора с самого начала является более важной не хронологическая последовательность сюжета, а скорее идея развития характера героя, его внутренние трансформации и постепенное усложнение образа (взросление в случае с героем данного произведения вовсе не зависит от количества лет).

Можно сказать, что на протяжении рассказа образ героя претерпевает эволюцию от беззаботного, наслаждающегося ленью, «лирической благодатью» и «дуракавалянием» юноши-подростка до вполне взрослого человека, способного осознанно справиться со своими греховными мыслями и инстинктивными желаниями. Но при этом герой неизбежно теряет свою первичную цельность, и в этом немаловажную роль играет центральная сцена рассказа – убийство свиньи. Герой взрослеет: он находит в себе силы для преодоления своей «животности» и справляется с запретным плотским желанием по отношению к старшей двоюродной сестре, «которую он юношески, изломанно, странно любил» [1, с. 48]. И этот серьезный шаг – понимание, что есть вещи, которых делать нельзя и которые надо в себе изжить, – является существенным моментом для внутренней эволюции героя и его дальнейшей судьбы.

Третий рассказ – «Карлсон» – не похож на первые два, где в целом все же главенствует счастливая, оптимистичная нота, а также лиризм повествования, отчего контраст между резко противоположными явлениями (жизнь – смерть, счастье – страдание) выглядит особенно ярким. Захар вступает в реальную жизнь, полную трудностей и трагических противоречий. Недаром именно в этом рассказе появляется столько нелогичных и неоднозначных образов и характеристик – абсурдных внешне, но драматичных внутренне. Проскальзывает мотив безнадежности, бессмысленности существования, от которого герои прячутся в «ласковом мандраже скорого алкогольного опьянения» (впоследствии эта тема будет только усиливаться, и это говорит о том, что счастье перестало существовать как нечто естественное, утратило прежнюю силу). Лейтмотив смерти здесь приглушен с тем, чтобы на первый план выступила жизнь со свойственными ей парадоксами и игровым началом.

А в следующем рассказе «Колеса» герой практически каждый день сталкивается со смертью – вместе со своими друзьями он работает могильщиком. В ней герой не просто встречается со смертью лицом к лицу, но неизбежно анализирует это явление, приходя к горькому выводу, «что каждый год... ты переживаешь день своей смерти» [1, с. 20].

«Колеса» – один из самых мрачных и тяжелых для восприятия рассказов в книге, где герой показан на дне жизни в прямом и переносном смысле. Герой оценивает свою жизнь как часть стихии, по воле которой эта жизнь меняется в ту или иную сторону; он же далеко не всегда может управлять своей судьбой сам.

Финал рассказа символичен: герой возвращается домой, где не может отмыть грязь с рук, а значит, даже в родном доме он уже не защищен; его ждут уставшая жена и одиноко плачущий маленький сын (слезы ребенка – символ страдания). Также появляется важный мотив осквернения святыни: Захар понимает, что его дом как обитель высших ценностей осквернен «грязью» внешнего мира; он упрямо пытается избавиться от ненавистной скверны, оставшейся на его ладонях, и поэтому даже плач сына в этот момент не трогает его. Все трое – герой, его жена и ребенок – оказываются одинокими в своих собственных мирах, они как будто не слышат друг друга (потеря единства и целостности). Таким образом, зло и насилие извне проникают и в дом Захара – место, где прежде он забывал обо всех проблемах и «наслаждался»; теперь же былая гармония нарушена, а счастье уже не автономно.

Трагический финал новеллы находит свое продолжение и развитие в следующем рассказе книги – «Ничего не будет». Его по праву можно назвать

одним из самых лиричных во всем произведении. В этом рассказе чувство счастья героя уже не такое яркое, каким оно было первоначально (рассказ «Какой случится день недели»), но оно, безусловно, присутствует.

На этом же уровне драматизма находится и следующий рассказ – «Белый квадрат» – с его ощущением фатальности смерти. Эту предпоследнюю в сборнике новеллу по смысловой значимости можно сопоставить с рассказом «Грех»; оба одинаково показательны для понимания основной идеи произведения, в том числе для объяснения семантики заголовка.

Последняя новелла книги «Сержант» становится драматургической кульминацией всего произведения. Герой проходит отпущенные ему жизненные фазы и в конце концов находит смерть там, куда бежал от своих страхов. В связи с лейтмотивом книги «жизнь – смерть», где две категории находятся иногда в такой близости, что грань между ними стирается, смерть героя представляется закономерным финалом, который неоднократно предсказывается как в предыдущих новеллах, так и в заключительной. Конфликт между бытием и небытием достигает в «Сержанте» своего апогея, и особенно ярко это прослеживается в образе героя, в его мироощущении (душевная нестабильность, «странная обнаженность»).

Кульминационный момент обозначен очень ярко и оказывается хорошо продуманным драматургически, а «открытый» финал оставляет возможность для философского размышления: подчеркивается смерть физическая (гибель тела), но не духовная, и, возможно, таким приемом автор выражает надежду на возрождение героя, однако уже в ином облике.

Книга «Грех» – произведение реалистическое, с характерными проблемами времени сталкивается и герой; однако, помимо описания внешних событий, перипетий, в произведении явно отражена и жизнь его души, которая автору не менее интересна, а скорее всего, именно она и интересна по-настоящему. Поэтому особенно характерен психологический аспект изображения героя, заключающийся в раскрытии его внутреннего мира и отражении того, как он меняется под воздействием обстоятельств. В этом плане можно сказать, что главный герой «Греха» Захар – человек, которому отчасти свойственно романтическое мироощущение. Как героя с лирическим восприятием его характеризует и то обстоятельство, что он занимается поэтическим творчеством в дополнение к профессиональной деятельности в разных сферах. Стихи героя объединены в отдельный блок («Иными словами... Стихи Захарки»), расположенный в конце сборника и предваряющий финальный рассказ.

В книге «Грех» за образом главного героя и его жизненными коллизиями скрывается более глубокий, философский подтекст, связанный с обобщенным образом человека и с общечеловеческими ценностями – такими, как поиск своего места в мире, выбор между добром и злом, счастьем и унынием и т. д. Эта особенность по праву делает писателя наследником традиции русской классической литературы. Автор выводит общую модель современного мира, которая выглядит в его произведениях далекой от совершенства. Он изображает эпоху 90-х гг. XX в. как время перелома,

утраты прежних ценностей и идеалов, где почти нет надежды на возрождение. Люди в этом мире обречены на страдание и смерть, и трагизм усиливается за счет того, что это касается и молодых людей (именно молодые – герои книг писателя). Более того, юность с ее активным началом и большими перспективами в итоге оказывается в мире Прилепина столь же безрадостной, как и старость с ее закономерным финалом. Благодаря наличию временных реалий и созданию полновзвучных человеческих характеров произведения автора кажутся абсолютно достоверными и актуальными.

Библиография использованных источников:

1. Прилепин З. Грех : роман в рассказах. М., 2009.
2. Быков Д. Счастливая жизнь Захара Прилепина // Прилепин З. Грех : роман в рассказах. М., 2009.
3. Сухих О.С. Очень своевременные книги // Вестник Нижегородского университета им. Лобачевского. 2008. № 6.
4. Местергази Е.Г. Жанровое своеобразие романа Захара Прилепина «Грех» // Проблемы поэтики и стиховедения: материалы V Международной научно-практической конференции, посвященной памяти и 70-летию д-ра филол. наук, проф. В.В. Бадикова (15–16 окт. 2009 г.). Алматы, 2009.

References:

1. Prilepin Z. Sin: A Novel in Stories. M., 2009.
2. Bikov D. Happy life of Zakhar Prilepin // Sin: A Novel in Stories / Zakhar Prilepin. M., 2009.
3. Sukhikh O.S. Very timely books // Bulletin of Nizhny Novgorod University named after Lobachevsky. 2008. № 6.
4. Mestergazi E.G. Genre originality of the novel «Sin» by Zakhar Prilepin // Problems of poetics and prosody: Proceedings of the V International scientific and practical conference dedicated to memory and 70th anniversary of the Doctor of Philology, Professor V.V. Badikov (15–16 October 2009). Almaty, 2009.

УДК 82.01

Утков Геннадий Николаевич

кандидат филологических наук,

доцент кафедры рекламы и связей с общественностью

Кубанского государственного университета

ГАРМОНИЯ ТЕКСТА: ФОРМА И СОДЕРЖАНИЕ

Аннотация: В статье рассмотрено взаимодействие формы и содержания в художественном тексте как сложноорганизованном целом, представлены результаты исследования проявлений феномена золотой пропорции в произведениях разных жанров.

Ключевые слова: художественное произведение, текст, гармония, форма, содержание, сложноорганизованный, системность, золотое сечение, золотая пропорция, восприятие.

Utkov Gennady Nikolaevich

Candidate of Philology

Associate Professor of Department of Advertisement and Public Relations

Kuban State University

HARMONY OF THE TEXT: FORM AND CONTENT

Abstract: The article deals with the interrelation between form and content in the literary text as a complex unity. There are the results of research of the phenomenon of golden proportion in the works of different genres.

Keywords: literary work, text, harmony, form, content, complex, systematicity, golden section, golden proportion, perception.

В любом виде искусства форма содержательна, а содержание художественно формировано, поэтому произведение – это всегда «сложно построенный смысл», а «все его элементы суть элементы смысловые» [7, с. 19]. При этом «форма», являясь способом представления содержания, также имеет свою структуру и организацию. Внешняя форма связана с особенностями материального выражения и изображения; внутренняя же форма – это «структурно-композиционный аспект художественного произведения, реализующий постоянный переход из сферы упорядоченности формы в сферу упорядоченности содержания» [3, с. 51].

Секрет воздействующей силы эстетически значимого текста связан и с особой значимостью для восприятия самой структуры художественного текста. «В действительности каждый компонент художественного произведения, включая и «самые формальные», обладает собственной коммуникативной ценностью, независимой от сюжета, а «в качестве значения, в том числе и коммуникативного, функционирует вся структура художественного произведения» [9, с. 194–195].

Одна из основных функций искусства – коммуникативная. Содержание художественного произведения должно быть соответствующим образом доведено до воспринимающего, то есть сообщено ему ясно, интересно, заразительно, что требует

прежде всего учета свойств восприятия. «Коммуникативная сторона искусства, – пишет Л.А. Мазель, – выполняет задачи весьма различные: обеспечить логичность и стройность произведения, приковать внимание к важнейшим его моментам, создать оттеняющий фон (а иногда сделать малозаметным то, что исподволь подготавливает неожиданную развязку), направить восприятие по надлежащему руслу, вызвать определенные ожидания, оправдать их (иногда с оттяжкой) либо обмануть их, дать воспринимающему необходимый отдых после большого напряжения и т. п.» [8, с. 31–32].

Художественное произведение создается в результате осознанного следования эстетическим законам именно искусства, например, законам построения композиции, ритма, мелодии, законам стихосложения и т. д.

«Искусство начинается там, где начинается форма», – писал известный психолог Л.С. Выготский [5, с. 50]. Между тем читатель или зритель форму не замечает. Форма дает о себе знать, когда она мешает восприятию. Естественно, что законы формальной красоты искусства и должны при всем своеобразии требовать от художника выполнения тех условий, которые способны вызвать в зрителе или слушателе ощущение гармонии и красоты. Так, эстетическое требование композиционного решения предполагает поиски наиболее выразитель-

Таблица 1 – Золотое сечение в повести И.А. Бунина «Антоновские яблоки»

Глава	1	2	3	4	Σ
Количество абзацев и частей	16	15	14	12	57
X	10	9	9	8	35

ного и одновременно организованного в единое целое соединения всех элементов произведения.

В композиции многих произведений словесного и музыкального творчества отмечается наличие некоторого «кульминационного взлета», высшей точки, которая крайне редко бывает расположена в центре произведения или его композиционной части, обычно она смещена, асимметрична, что соответствует длительному периоду нарастания эмоционального напряжения, затем после остановки – более краткому периоду спада. Такое построение характерно не только для всего произведения, но и для отдельных его частей. Ученые предполагают, что ощущение гармонии такой композиции имеет психофизиологическую основу, так как и сердечная деятельность, и пульсация крови в сосудах тела подчинена такой же асимметричной ритмике, основанной на золотой пропорции.

Сведения о золотом сечении упоминаются с древнейших времен в трудах великих философов античности. Сущность ее сводится к тому, что для соединения двух частей с третьей совершенным образом необходима пропорция, которая бы «скрепила» их в единое целое. При этом одна часть целого так должна относиться к другой, как целое к большей части. Величина этого отношения равна 1,618 и отвечает математическому выражению:

$$(1 \pm \sqrt{5})/2.$$

К понятию «золотая пропорция» в наибольшей степени подходит определение «формула красоты», поскольку эта пропорция обладает наиболее отчетливыми признаками гармоничности прекрасного.

Нами было исследовано проявление феномена золотой пропорции в повести «Антоновские яблоки», поэме «Листопад» И.А. Бунина и в комедии «Горе от ума» А.С. Грибоедова.

Для получения объективных результатов при филологическом анализе целесообразно привлечение текстов, раскрывающих объект в различных аспектах (эпического, драматургического характера), относимых хотя бы к двум разным жанрам и при этом отвечающих требованиям текстовой, в частности художественной, значимости. Этим обусловлен выбор классических произведений, репрезентирующих объект достаточно многогранно.

Все необходимые вычисления производились, исходя из формулы:

$$\Phi = A/X = X/(A - X) [4, \text{с. } 192],$$

где A – целое, X – большая часть, A – X – меньшая часть, Φ – коэффициент золотого сечения.

В повести И.А. Бунина «Антоновские яблоки» четыре главы, общее количество абзацев – 57. Результаты расчета золотого сечения для всего произведения и каждой главы в отдельности представлены в таблице 1.

Теоретически доминантными являются 10-й абзац 1-й главы, 9-е – 2-й и 3-й глав, 8-й – 4-й главы и 35-й – для всего произведения в целом.

Высчитанные теоретически абзацы являются кульминационными в развитии действия и ключевыми для понимания заложенного в произведение смысла.

В первой главе – это появление пассажирского поезда, словно предвещающего дальнейшее развитие основной мысли автора произведения:

«– Вон, кажись, пассажирский поезд идет...»

Долго прислушиваемся и различаем дрожь в земле. Дрожь переходит в шум, растет, и вот, как будто уже за самым садом, ускоренно выбивают шумный такт колеса: гроыхая и стуча, несется поезд... ближе, ближе, все громче и сердитее... И вдруг начинает стихать, глохнуть, точно уходя в землю...».

Во второй главе – последняя реплика автора в диалоге с Панкратом, произнесенная в то отдаленное урожайное, богатое время, которое сейчас только «вспоминается», и обращенная к человеку очень старому:

«– Ну, вот видишь. Тебе, значит, никак не меньше ста. – Старик, который стоит перед барином вытянувшись, кротко и виновато улыбается. Что ж, мол, делать, – виноват, зажился. И он, вероятно, еще более зажился бы, если бы не объелся в Петровки луку».

Девятый абзац третьей главы – описание охоты, которая, по словам автора, одна поддерживала угасающий дух помещиков.

В четвертой главе золотое сечение приходится на начало молотьбы в риге:

«В риге начинается молотьба. Медленно расходясь, гудит барабан молотилки. Лениво натягивая постромки, упираясь ногами по навозному кругу и качаясь, идут лошади в приводе. Посреди привода, вращаясь на скамеечке, сидит погонщик и однотонно покрикивает на них, всегда хлестая

Таблица 2 – Золотое сечение в поэме И.А. Бунина «Листопад»

Главка	1	2	3	4	Σ
Количество стихов	54	46	34	32	166
X	33	38	21	20	103

Таблица 3 – Золотое сечение в комедии А.С. Грибоедова «Горе от ума»

Действие	1	2	3	4	Σ
Количество явлений	10	14	22	15	61
X	6	9	14	9	38 = 3д. 14 яв.

кнутом только одного бурого мерина, который ленивее всех и совсем спит на ходу, благо глаза у него завязаны».

Безысходность существования и неумение (а может, нежелание) мелкопоместного дворянства хозяйствовать достигли апогея, и абзац этот оказывается ключевым в формировании читательского понимания сущности сложившейся ситуации.

Золотое сечение для всего произведения – это 35-й абзац (4-й абзац 3-й главы): конец осени, обнаженный, черный сад и – «Пора на охоту» (одна из немногих оставшихся радостей).

Таким образом, точки золотого сечения совпали в повести с кульминационными моментами отдельных глав, а также с композиционно и содержательно необходимой доминантой всего произведения.

Поэма И.А. Бунина «Листопад» делится по содержанию на четыре эпизода, общее количество стихов – 166. Результаты расчета золотого сечения для всей поэмы и каждой главки (эпизода) представлены в таблице 2.

Сопоставление текста «Листопада» и расчетных данных показало, что каждый эпизод (главка) и сама поэма построены с соблюдением принципа золотого сечения.

В первой главке зона золотого сечения приходится на концовку рефреноподобного четверостишия, являющегося узловым центром эпизода:

Лес, точно терем расписной,
Лиловый, золотой, багряный,
Стоит над солнечной поляной,
Завороженный тишиной.

Во второй главке – это зона авторского раздела эпизода на две асимметричные части (27 и 19 стихов в каждой строфе соответственно), т. е. первые два стиха второй части:

Не жди: наутро не проглянет
На небе солнце.

В третьей – это стихи:

Последний день в лесу встречая,
Выходит Осень на крыльцо,

являющиеся кульминацией эпизода.

В четвертой главке золотое сечение полностью совпадает со стихом-кульминацией:

Они разрушат старый терем...

Расчетные данные по всей поэме близки к тому делению, которое предпринял автор, где отношение двух первых к остальным главам близко к теоретическому.

Расчет по числу стихов носит формальный, приблизительный характер, однако позволяет определить зону, через которую проходит теоретически рассчитанное золотое сечение, и дает основание судить об особенностях композиции частей и распределении кульминационных точек.

«Горе от ума» А.С. Грибоедова – драматическое произведение, поэтому правильной, на наш взгляд, учитывать не количество стихов или реплик, а число явлений как соизмеримых и наиболее показательных единиц внешней структуры комедии.

В комедии А.С. Грибоедова «Горе от ума» четыре действия, разделенные автором на 61 явление. Сравнение результатов, полученных теоретически (см. табл. 3), с реальным текстом подтверждает, насколько прав был О. Сомов, отмечая, что в комедии это «все обдуманно и взвешено с удивительным расчетом».

Композиция комедии построена таким образом, что в целом по произведению и в третьем

действию золотое сечение приходится на одно и то же – четырнадцатое – явление, в котором София объявляет Чацкого сумасшедшим:

Г. Н.
Как его нашли по возвращеньи?
София
Он не в своем уме.
Г. Н.
Ужли с ума сошел?
София (*помолчавши*)
Не то, чтобы совсем...
Г. Н.
Однако есть приметы?
София (*смотрит на него пристально*)
Мне кажется.

В первом действии зона золотого сечения – это реплика Слуги: «К вам Александр Андреич Чацкий», выделенная автором, ввиду ее функциональной важности, в отдельное – шестое – явление.

Девятое явление второго действия является кульминационным в развитии отношений Чацкого и Софии на данном этапе, завершающемся словами возмущенного Чацкого: «Не знаю, для кого, но я вас воскресил».

Золотое сечение разделяет этим явлением главу на две части, вторая из которых рисует дальнейшее развитие взаимоотношений Софии, Молчалина и Лизы.

Девятое явление четвертого действия – это, как и шестое явление первого действия, выделенная в отдельное явление реплика. На этот раз Репетилова:

Репетилов
Куда теперь направить путь?
А дело уж идет к рассвету.
Поди, сажай меня в карету,
Вези куда-нибудь.
(*Уезжает.*)

Если в первом действии реплика слуги (шестое явление) предупреждает о появлении (приезде) Чацкого, то реплика Репетилова, наоборот, упреждает (правда, как в кривом зеркале) отъезд и финальные слова последнего монолога:

Чацкий
<...> Сюда я больше не езду.
Бегу, не оглянусь, пойду искать по свету,
Где оскорбленному есть чувству уголок!..
Карету мне, карету!
(*Уезжает.*)

Слова и того, и другого сопровождает авторская ремарка: «Уезжает».

Таким образом, девятое явление – композиционно завершает разъезд гостей и вместе с только что процитированным высказыванием Чацкого составляет своеобразную неточную смысловую рифму.

Каждый из разделов, полученных далее в результате теоретического расчета, обладает своими особенностями. Золотое сечение большей (X) части произведения проходит по 14-му, завершающему, явлению второго действия:

Лиза
Ну! Люди в здешней стороне!
Она к нему, а он ко мне,
А я: одна лишь я любви до смерти трушу. –
А как не полюбить буфетчика Петрушу!

Золотое сечение меньшей (А – X) части произведения совпадает с сечением большей части (X) четвертой главы (шестое явление) – Репетилов и Чацкий, сидящий в швейцарской, последними узнают о якобы сумасшествии Чацкого. Подобное совпадение придает особый вес указанному явлению, особенно если учесть, что золотое сечение четвертой главы – это девятое явление, в котором Репетилов выступает в роли своеобразного предтечи главного героя.

Более дробное деление полученных частей по принципу золотой пропорции выявило закономерность, действующую на всем протяжении комедии – наиболее существенные события в видимой зоне спектра сатирической кульминации или их кульминация находятся в зоне золотого сечения, и это – либо следствие замечательно развитой интуиции автора, либо строгий, целенаправленный расчет, построенный на прекрасном знании законов гармонии и учете особенностей восприятия информации достаточно умным и эстетически развитым зрителем. Кроме того, столь тщательно выверенная акцентировка кульминационных точек дает возможность вывести какие-то элементы на второй план, с целью создания обязательного в таком жанре, как сатирическая комедия, подтекста.

Взаимоотношение формы и содержания – это проявление системности, сложноорганизованности художественного произведения, где свойства целого определяются свойствами составляющих частей, которые, в свою очередь, преобразовываются под влиянием других частей и целого. Взаимопроникновение всех компонентов произведения, его процессуальность – не что иное, как целостность, и эта категория является одной из основополагающих при анализе всех видов словесного искусства [о «золотом сечении» в журналистском произведении см.: 10, с. 47–48].

Библиография использованных источников:

1. Бунин И.А. Антоновские яблоки // Бунин И.А. Собр. соч. : В 9 т. М., 1965. Т. 2.
2. Бунин И.А. Листопад // Бунин И.А. Собр. соч. : В 9 т. М., 1965. Т. 1.
3. Волкова Е.В. Произведение искусства – предмет эстетического анализа. М., 1976.
4. Волошинов А.В. Математика и искусство. М., 1992.
5. Выготский Л.С. Психология искусства. М., 1965.
6. Грибоедов А.С. Горе от ума. М., 1987.
7. Лотман Ю.М. Структура художественного текста. М., 1970.
8. Мазель Л.А. Строение музыкальных произведений. М., 1979.
9. Мукаржовский Я. Искусство как семиологический факт эстетики и теории искусства. М., 1994.
10. Шibaева Л.В. Методика анализа журналистского произведения по правилу золотого сечения // 40 лет развития журналистских исследований и журналистского образования на юге России (17 мая 2002 г.) : тезисы докладов региональной научно-практической конференции. Ростов н/Д., 2002. С. 47–48.

References:

1. Bunin I.A. Antonovka Apples // Bunin I.A. Collected works : In 9 volumes. M., 1965. T. 2.
2. Bunin I.A. Leaf fall // Bunin I.A. Collected works : In 9 volumes. M., 1965. V. 1.
3. Volkova E.V. Work of art as an object for esthetic analysis. M., 1976.
4. Voloshinov A.V. Mathematics and Art. M., 1992.
5. Vigotsky L.S. Psychology of art. M., 1965.
6. Griboedov A.S. Woe from Wit. M., 1987.
7. Lotman J.M. The structure of literary text. M., 1970.
8. Mazel L.A. The structure of music pieces. M., 1979.
9. Mukarzhovsky J. Art as a semiological fact of esthetics and theory of art. M., 1994.
10. Shibaeva L.V. Analysis procedure of journalist work according to the rule of golden section // 40 years of Journalistic Investigation and Education Development in the south of Russia (May 17, 2002) : Abstracts of regional scientific and practical conference. Rostov-on-Don, 2002. P. 47–48.

УДК 81.38

Молчанова Марина Михайловна

доктор филологических наук, профессор

кафедры ЭСМИ и новых медиа Кубанского государственного университета

ФУНКЦИОНАЛЬНО-СТИЛИСТИЧЕСКИЙ СТАТУС ПОСТПЕРЕСТРОЕЧНЫХ И СОВРЕМЕННЫХ МЕДИАТЕКСТОВ

Аннотация: Статья посвящена функционально-стилистическому статусу современных медиатекстов. Особое внимание уделяется таким процессам, как персонализация и деидеологизация массмедийного дискурса в информационную эпоху. Актуальность данной проблематики очевидна в аспекте устранения в журналистских произведениях стилистических ошибок и языковой безвкусицы.

Ключевые слова: медиатекст, массовая аудитория, речевая личность, индивидуальный стиль, медиа-событие, текстовая деятельность, деидеологизация, информационная полифония, стилистическая норма.

Molchanova Marina Mikhailovna

Doctor of Philology

Professor of Department of Electronic Media and New Media Kuban State University

FUNCTIONAL AND STYLISTIC STATUS OF POST-PERESTROIKA AND MODERN MEDIA TEXTS

Abstract: The article deals with functional and stylistic status of modern media texts. Special attention is paid to the processes of personalization and deideologization of mass media discourse in informational epoch. The importance of this problem is obvious in terms of correcting stylistic mistakes and language bad taste in journalistic works.

Keywords: media text, mass audience, language personality, individual style, media event, text function, deideologization, informational polyphony, stylistic norm.

Приравнивать язык СМИ к языку публицистики является давней традицией, в рамках которой он рассматривается в качестве одного из пяти функциональных стилей. Практика изучения языка СМИ показала, что это допустимо и дает хорошие результаты. Однако более перспективно изучение речевой продукции, которая порождается средствами массовой информации или специально для них создается. Все медиатексты объединены важным функциональным свойством – это тексты, предназначенные для массовой аудитории и распространяющиеся через массмедиа.

По своему функционально-стилевому происхождению этот речевой массив весьма разнообразен. Несмотря на специфические особенности текстов устной и письменной публичной речи, они объединяются в единое целое, так как предназначенность их для функционирования в массмедийной сфере накладывает на них общие черты.

При этом на первый план для массового слушателя и зрителя выходит индивидуальное авторское начало, а функционально-стилевые различия отходят на второй план. Авторский речевой стиль – одна из центральных категорий речевой массмедийной системы. Для потребителя медиапродукции интерес представляет яркая речевая личность сама по себе, независимо от ее принадлежности к той или иной профессиональной деятельности. Подлинное публицистическое творчество невозможно без наличия индивидуального стиля и авторского начала.

Освобождение от оков жесткой идеологии изменило роль журналистики и журналиста в демократическом обществе. От констатации идей, исполнения чьей-либо воли массмедиа перешли к признанию в своей практике приоритета творческой личности, самостоятельной в суждениях, оценках, выборе жизненных идеалов. Преодоление необходимости передавать в медиатексте только готовую, одобренную, скорректированную «картину мира» привело к преодолению стандартного макета журналистского текста. Появилась даже новая номинация – медиасобытие – событие, обогащенное отношением к нему.

Мера включенности журналиста в текстовую деятельность может быть рассмотрена как важный показатель уровня профессионального мастерства, креативности и таланта. Комментарий в современном массмедийном тексте не подчиняется диктату идеологии и всецело принадлежит журналисту как свободной личности, ищущей равновесие между индивидуальным и социальным.

По мнению С.И. Виноградова, структура субъекта в СМИ применительно к тоталитарному

обществу «может быть представлена следующим образом: автор – редактор – цензор – идеологический контроль».

В период перестройки и особенно в постперестроечное время эта структура претерпевает существенные изменения. Постепенно ослабевает, а затем и «исчезает» влияние государственной идеологии; исчезает, правда временами напоминая о себе отдельными рецидивами, цензура; редактор утрачивает функции идеологического сифогранта и становится организатором коллектива журналистов, объединяемых общей позицией...

Результатом этого стала глобальная «авторизация» газетного текста, т. е. совмещение в субъекте ролей автора и принципала, того, чья позиция выражена в высказывании» [2, с. 307].

Это приводит к идеологизации новостных фрагментов, сопровождающейся деавтоматизацией процесса создания текста. Деавтоматизация проявляется, в свою очередь, не только в отходе от схематичности при изложении фактов, но и в свободе выбора средства номинации.

Семантическая пустота экспрессивных наименований тоталитарной идеологии («родимые пятна капитализма», «ударный труд», «стройка века»), жесткая прикреплённость оценок и сращивание политического и этического преодолеваются игрой с формой слова, цитатой, непринужденным переходом с одного стилистического регистра на другой, социально не закрепленными оценками. Пристальное внимание журналистов к форме изложения, творческий и деятельный подход к языковым ресурсам, в том числе и стилистическим, приводит к тому, что экспрессивная составляющая медиатекста приобретает интеллектуальную напряженность и становится носителем информации, способным формировать содержательную канву высказывания. Это «примиряет» различие между единицами языка в оппозиции информация – воздействие.

Некоторые исследователи считают, что журналисты, переключая внимание свое и читателя с события на код (язык) и его стилистические возможности, сообщают медиатексту эстетическую функцию (подобно художественному тексту). Иными словами, медиатекст «выходит на уровень информационной полифонии, когда материал существует в рамках неодноразовости восприятия, когда он в совокупности всех средств выражения работает на «вечное» [1, с. 5].

Стилистическая норма в медиатексте регламентируется рядом экстралингвистических факторов, а именно: характером жанра (информационный, аналитический, художественно-публицистиче-

ский), конструктивным принципом (сочетание экспрессии и стандарта), объектом описания, обращенностью к определенной категории читателей, типом издания.

Все это дополняется особенностями индивидуальной манеры письма автора-журналиста. Более того, по своей природе медиатекст вторичен: использование «чужого слова», часто представляющего собой иностилевой материал (научный, официально-деловой, художественный, разговорный), отсылка к прецедентному тексту является одним из его конституирующих признаков. Связь с предтекстом по-разному соотносится с авторской интенцией: отметим невольное цитирование, «семантическое» цитирование, игру с «чужим словом». Текст-источник в различной степени подвергается вмешательству со стороны создателя нового текста, играет в последнем различную смыслообразующую роль: говорят, собственно, о цитате, пересказе, интерпретации, рецензии, пародии. «Беззащитность» предтекста перед авторским произволом становится проблемой этического характера. Так, например, для стиля газеты «Лимонка» характерна агрессивная реакция на «чужое слово», будь то политик, партия или социальная группа. «Чужой текст» в газете становится объектом пристрастного комментария.

Вообще, речевая агрессия все чаще рассматривается исследователями как стилеобразующий фактор массового издания. «Как частное и редкое явление агрессивность в массовой информации может быть оправдана, однако несомненным условием этого должна быть выдержанность сентенций, выражающих агрессию, в рамках речевой нормы (например, упрек)» [3, с. 185]. На формирование стилистической нормы в текстах СМИ, несомненно, влияет и постмодернистская ситуация.

Политика и стилистика постмодернизма определяют методологию исследования современного мира, который существует здесь и сейчас. «В постмодернистской парадигме художественности доминантными признаются следующие составляющие: интертекстуальность – полилог культурных языков, текст строится из анонимных, неуловимых и вместе с тем уже читанных-перечитанных цитат, цитат без кавычек, когда автор, по словам Р. Барта, умирает, в его власти лишь сталкивать различные манеры письма:

– игровая, карнавальная стихия, связанная с языковой раскрепощенностью и вседозволенностью: все подвергается пародированию, выворачиванию наизнанку, отступлению от канонов и норм;

– совмещение голосов автора, повествователя, персонажей и на этом фоне применение приемов создания текста, имитация спонтанности процесса письма, его сиюминутность, фрагментарность;

– поиски компромисса между хаосом и космосом, порядок и беспорядок существуют в единстве (хаосмос – термин У. Эко. – М. М.)» [4, с. 191].

Макет постмодернистского текста особенно востребован в период отсутствия жесткой (официальной) идеологии, когда переосмысливается отношение к прошлому, настоящее стихийно, конфликтно, будущее непредсказуемо.

Интересно, что наметившийся в начале 1990-х гг. кризис постмодернистского метода в художественной литературе, проявляющийся в авторских самоповторах, напротив, в журналистике отсутствует, переходя из текста в текст, повтор является естественным строительным материалом для языка массмедиа и способствует тиражированию стиля. Стилистические нормы определяют выбор средств и их организацию в тексте, поэтому сферой действия стилистической нормы является текст. Связь стилистических норм с тестом проявляется в том, что внутреннее членение стилистических норм может опираться на функционально-стилистическую классификацию текстов, на их жанровые различия.

Что же касается медиатекстов, то здесь необходимо учитывать их чрезвычайно разнообразную, многоаспектную и многоплановую стилевую дифференциацию. Неслучайно в советское время была актуальна концепция, отказывающая языку прессы в особом стилистическом статусе.

Все изложенное позволяет аргументировать тезис о том, что установление стилистической ошибки в медиатексте относится к разряду сложных проблем литературного редактирования. Более того, существует мнение, что категория стилистических ошибок неприменима к публицистике.

И все-таки редактирование стиля массовой коммуникации не только возможно, но и необходимо, так как в условиях неправильно понятой свободы слова языковая и стилистическая безвкусица приобретает угрожающие размеры.

Библиография использованных источников:

1. Буряк В.Д. Модульная журналистика в новом социально-экономическом контексте // СМИ в современном мире. СПб., 1999.
2. Виноградов С.И. Язык газеты в аспекте культуры речи // Культура русской речи и эффективность общения. М., 1996.
3. Неупокоева О.В. Агрессия как стилеобразующий фактор массового издания // СМИ в современном мире. СПб., 1999.
4. Эко У. От Интернета к Гутенбергу // Новое литературное обозрение. 1998. № 31.

References:

1. Buryak V.D. Module journalism in a new social and economic context // Mass media in the modern world. SPb., 1999.
2. Vinogradov S.I. Newspaper language in the aspect of speech culture // Culture of Russian speech and effectiveness of communication. M., 1996.
3. Neupokoeva O.V. Aggression as a style-forming factor of mass publication // Mass media in the modern world. SPb., 1999.
4. Eco U. From Internet to Gutenberg // New literary review. 1998. № 31.

Редакционно-издательская парадигма

УДК 050

Цаканян Алла Андреевна

кандидат филологических наук,

преподаватель кафедры издательского дела и медиатехнологий

Кубанского государственного университета

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ЖУРНАЛЫ В СОВРЕМЕННОМ РЕДАКЦИОННО-ИЗДАТЕЛЬСКОМ ПРОЦЕССЕ

Аннотация: В статье поднимается актуальная тема развития региональных печатных СМИ в условиях рынка. Автор выявляет закономерности регионального издательского процесса. Анализ газетно-издательской продукции Краснодарского края позволил сделать ряд существенных выводов об основных изменениях, произошедших на рынке печатных СМИ Кубани.

Ключевые слова: газеты, журналы, издательства, издательский бизнес, распространение, издательский маркетинг, исследования регионального издательского рынка, конкурентоспособность, удовлетворение спроса.

Tsakanyan Alla Andreevna

Candidate of Philology

Lecturer of Department of Publishing Trade and Media Technologies

Kuban State University

REGIONAL MAGAZINES IN MODERN EDITORIAL AND PUBLISHING PROCESS

Abstract: The article deals with a very acute problem of the development of regional publishing media under market conditions. The author reveals some common factors of the regional publishing process. The analysis of the publishing production of Krasnodar region allows to draw important conclusions about the changes in the publishing market of Kuban.

Keywords: newspapers, magazines, publishing houses, publishing business, distribution, publishing marketing, researches of regional publishing market, competitiveness, meeting demand.

Бурное и интенсивное развитие российского журнального рынка было сильно подорвано мировым финансовым кризисом, который охватил всю мировую экономическую систему в 2008 г. и с последствиями которого даже сейчас все еще борются многие издательские структуры.

При сохранении и даже увеличении себестоимости производства журналов, а также затрат по их распространению, рекламные доходы, объемы печатных изданий и загрузка полиграфических предприятий в 2009 г. резко упали. На кризисную обстановку в мире именно печатные СМИ страны отреагировали одними из самых первых. Осенью 2008 г. началась массовая ликвидация неэффективных периодических изданий, приостановилось финансирование новых проектов, возросли отпускные цены изданий, сократились расходы на полиграфические работы и услуги. Реклама в печатных СМИ за год упала на 43 %. Кризис не свернул процесса развития российских журналов как бизнеса, но существенно замедлил его. инве-

стиции, доходы от рекламы и распространения тиражей в 2009 г. упали. В целом рынок прессы страны за год «ужался» в денежном выражении на 24,62 %.

Сегодня индустрия печатных СМИ переживает двойной кризис, так как помимо экономического имеет место кризис современной модели издательского бизнеса как такового, порожденный цифровой революцией. В настоящее время лучшие профессионалы мировой медийной индустрии думают о будущем журнального бизнеса. Главный вывод этих изысканий такой: за счет уникальных потребительских качеств бумага, как медианоситель, будет востребована еще долгие годы. Однако издателям следует активнее работать в цифровых форматах. Иначе сохранять аудиторию печатной прессы и ее рекламный потенциал с каждым годом будет все сложнее.

Финансовый кризис и кризис существующей бизнес-модели печатной прессы являются факторами, определяющими теперь в журнальном

мире все. Многие издатели журналов, например, пришли к выводу, что увеличение тиражей, числа читателей и т. п. сейчас неактуально, поскольку вложенные в это дело деньги могут не вернуться. Отсюда стратегией номер один стал не тираж и число покупателей, а финансовая сбалансированность издания и сила влияния его бренда в других сферах.

Стратегией номер два можно считать ужесточение юридической борьбы с незаконным использованием авторских материалов и прав издания. Считается, что поставить ссылку при перепечатке журнального материала уже недостаточно, а надо еще заплатить за него.

Третья стратегия базируется на приоритете онлайн-версий бумажных газет или журналов как автономных копий и направлена на обеспечение их отличия от ресурсов Интернета, использующих перепечатки.

Согласно исследованиям, самым популярным СМИ в России является телевидение. За ним следует радио. Далее – традиционные «бумажные» газеты и журналы. Замыкает этот рейтинг Интернет. Согласно долгосрочному прогнозу, развития аудитории Интернета в России, подготовленному компанией «RUметрика», наша страна будет поголовно «обинтернетчена» лишь через 30 лет. «RUметрика» считает, что по степени развития человека в информационном обществе Россия отстает от Норвегии в шесть раз, а от США в пять раз. Другими словами, бумажные носители информации в нашей стране будут востребованы еще долго.

Система распространения прессы в стране по большому счету оказалась не готова к массовому переходу издателей на недорогую периодику с полезной информацией. Более-менее адекватно с точки зрения ассортимента она начала реагировать на эти изменения лишь в январе 2012 г., но эффективными и недорогими технологиями реализации прессы, нацеленными на увеличение продаж и доходов с оборота, российские дистрибьюторы до сих пор осуществить не могут. Да и взаимопонимания с издателями по этому вопросу тоже нет. Не способствует развитию системы распространения печати и российская законодательная база, которая как не учитывала ранее специфику этого бизнеса, так и продолжает это делать и теперь.

Объективные причины очевидны. Наценки на прессу часто не позволяют распространителям компенсировать расходы по организации торговли. Рост налогов, тарифов на электроэнергию, транспорт и инфляция еще более усугубили ситуацию с рентабельностью этого бизнеса, часто приводили к закрытию торговых объектов, а также отказу от новых проектов. Результатом стала стагнация продаж даже применительно к востребованным изданиям.

Таким образом, проигнорировав объективную реальность, в убытке оказались обе стороны, причем издатели, наверное, пострадали больше.

Выход очевиден – ставя задачу наращивания продаж журналов, издатели должны были бы озаботиться и проблемой компенсации реальных затрат распространителей на уровне разумной рентабельности.

После изменения правил налогообложения в регионах киоски держатся «на плаву» лишь за счет расширения ассортимента сопутствующих товаров. Во многих субъектах России в него входят: парфюмерно-косметические товары, товары хозяйственного, культурно-бытового и санитарно-гигиенического назначения, галантерея, табачная продукция и даже продукты питания.

Д. Бирюков, президент ЗАО «Издательство «Семь дней», назвал основные проблемы, тормозящие развитие журнального рынка в России:

1. В стране практически отсутствует производство мелованных бумаг. С целью стимулирования запуска собственного производства, в 1995 г. на импорт мелованных бумаг и картон были введены ввозные пошлины. Однако в России за 15-летнюю практику их действия не было создано ни одного подобного производства.

В настоящее время широко анонсированный проект холдинга «Инвестлеспром» по переходу с производства офсетной и газетной бумаги на выпуск мелованной не удовлетворяет отечественных издателей:

- по объему: заявленная мощность 85 тыс. тонн в год, а общая потребность рынка – более 400 тыс. тонн в год;
- по ассортименту: издателям в стране требуется около 100 типов, размеров, граммажа бумаг, а одна бумагоделательная машина, которая будет установлена на новом производстве, может произвести не более 10;
- по качеству: по информации холдинга, на комбинате, вопреки мировым традициям, для производства бумаги вместо хвойного сырья будет использоваться березовое; новое оборудование приобретается только для покрытия бумажной основы мелованным слоем, качество такой бумаги вызывает много вопросов;
- по срокам реализации: в марте 2011 г. объявлено о переносе места реализации проекта и сроков его запуска.

2. Все построенные в советское время типографии были ориентированы на печать черно-белых газет и книг. Типографии для производства цветных иллюстрированных журналов стали появляться в России в основном после 2000 г. Как правило, это небольшие производства, оснащенные малопродуктивными (16–48-полосными) печатными машинами. В основном это машины, бывшие в

употреблении. Такая ситуация сложилась в связи с тем, что в стране отсутствует государственное стимулирование закупки новой техники.

Типографии расположены в центральных городах европейской части страны, поэтому качественно напечатать журналы в регионах практически невозможно, а перевозка тиражей на расстояние свыше 1000 км увеличивает розничную цену издательства на 30–50 % и задерживает получение отпечатанного тиража населением как минимум на сутки.

В период с 2000 г. журнальный рынок развивался столь стремительно, что нехватка в стране типографских мощностей привела к выводу печати цветных иллюстрированных изданий за рубеж.

3. Издательские дома в России, осуществляющие производство и распространение печатных СМИ, сталкиваются в настоящее время со значительными трудностями, связанными, во-первых, с тем, что себестоимость их продукции значительно выше отпускных цен и возникающая разница покрывается доходами от рекламы, во-вторых, развитие издательского бизнеса тормозится существующими нормами государственного регулирования [1].

Так, серьезной проблемой при издании средств массовой информации является списание непроданного тиража – неизбежной процедуры для каждого издателя и распространителя. Налоговым кодексом предусмотрено списание нереализованной продукции в пределах до 10 % тиража. Однако эта норма в «чистом» виде существовала только до 2002 г., когда в Налоговый кодекс было введено положение, которое потребовало одновременного формирования дохода в объеме списываемой продукции. В результате с 2002 г. издательства фактически не могут применить 10 %-ю норму списания и вынуждены платить дополнительные налоги на несуществующие доходы. Эти налоги превышают сумму налогов на проданный экземпляр. Таким образом, попытки развития издательства и увеличения тиражей государственными налоговыми органами фактически штрафуются.

Важнейшим элементом развития журналов является бесплатное распространение. Без него невозможно вывести на рынок новое издание и увеличить тиражи уже существующих журналов [2; 3]. Но налоговые органы не рассматривают расходы по бесплатному распространению изданий среди целевой аудитории как экономически обоснованные, а трактуют их как безвозмездную передачу товаров с начислением НДС и налога на прибыль.

Поскольку издательства заинтересованы в привлечении большего объема рекламы, они должны иметь реальный инструмент стимулирования основных партнеров в этой области – рекламных агентств. В соответствии с Налоговым кодексом относить на расходы, уменьшающие налоговую

базу по налогу на прибыль, премии, выплачиваемые продавцом покупателю за увеличение объема продаж, разрешено только по договорам купли-продажи, при этом размещение рекламы рассматривается как договор на оказание услуг.

Периодическая печатная продукция имеет существенное отличие от других товаров: очень короткий срок реализации номера. Ценность любого издания заключается в содержащейся в нем информации, которая быстро теряет свою актуальность.

В нашей стране по подписке распространяется 6 % от всех продаж журнальной продукции. В России в настоящее время подписка сохраняется только за счет того, что издатели газет дотируют стоимость подписных тиражей, подписка же на журналы в стране практически отсутствует. Основной причиной сложившейся ситуации являются действующие в большинстве стран государственные программы дотации почты в отношении доставки подписных изданий. У журналов подписные цены существенно превышают розничные. Превышение подписных цен над розничными объясняется следующим. «Почта России» с 2003 г. передала функции по созданию подписных каталогов и подписке в основном подписным агентствам, которые за оказание этих услуг увеличивают подписные цены до 30 %. Аккумулируя деньги, подписные агентства перечисляют средства издателям и «Почте России» с задержкой до полугода, в течение которых почта вынуждена тратить дополнительные средства на экспедирование, сортировку и доставку изданий, а издательства – на печать тиражей.

Расходы самой почты по подписке и доставке прессы с связи с отсутствием автоматизированных систем приема и обработки заказов также существенно увеличивают цену журналов для населения. Разработанная почтой «Программа модернизации инфраструктуры подписки на периодические печатные издания в 2009–2012 гг.» не проясняет ситуации по исправлению положения с почтовыми тарифами, с доставкой периодики. И главное, остается неясным, в какие сроки институт подписки в стране сможет заработать эффективно, несмотря на то что на реализацию Программы из средств федерального бюджета запрашивается 14 млрд руб.

В настоящее время в розничной продаже реализуется 43 % прессы в киосках, 22 % – в супермаркетах и на заправках, 24 % – торговля изданиями с рук, 11 % – в других точках (по данным департамента по делам СМИ, печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций Краснодарского края за 2014 г.).

В стране существует острая нехватка киосков по продаже прессы. Если в Европе один киоск

приходится в среднем на 1000 жителей, то в нашей стране – на 3000 человек.

В кризис, когда прессу стали покупать меньше, многие киоски были закрыты или перепрофилированы владельцами в точки по продаже алкогольной или табачной продукции. Стоимость производства, установки, подключения к электроэнергии таких киосков и киосков по продаже прессы одинакова, как и уплачиваемые ими налоги. Учитывая низкую рентабельность бизнеса по продаже прессы, эти расходы трудно покрыть доходами от продажи изданий [4].

Супермаркеты, как правило, заключают с издателями «кабальные» договоры с отсрочкой платежа за реализованные издания до 180 дней. На практике это означает невозмещаемое изъятие у издательских домов более 50 % оборотных средств от продаж в супермаркетах.

При реализации прессы через супермаркеты стала обычной практикой введения ими платы за присутствие газет и журналов в торговых сетях. Часто эта сумма даже превышает доходы издательств от реализации прессы в этом супермаркете.

Таким образом, основными факторами, влияющими на развитие журнального рынка в России, являются:

- 1) доступная качественная мелованная бумага;
- 2) наличие современной полиграфической базы во всех регионах России;
- 3) высокая конкурентоспособность издания;
- 4) развитая конъюнктура рекламного рынка;
- 5) достаточное количество фирм-распространителей периодических изданий;
- 6) формирование целевого рынка покупателей;
- 7) ценовая политика издания.

Библиография использованных источников:

1. Башкев М.С. Журнальная периодика в условиях рыночных перемен // Журналистика в 2008 году: общественная повестка дня и коммуникативные практики СМИ : сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции М., 2009. С. 3.
2. Зуев В.А., Зуева Е.Ю. Массовая партийная газета как инновационная модель политической коммуникации // Вестник Майкопского государственного технологического университета. Вып. 3. Майкоп, 2012.
3. Зуев В.А., Зуева Е.Ю. Партийная пресса: рудимент или инструмент? // Вестник Майкопского государственного технологического университета. Вып. 3. Майкоп, 2012.
4. Кравченко Н.П. Особенности стратегии продвижения периодического издания на медийном рынке [Электронный ресурс] // Интердисциплинарный подход в журналистике и смежных областях знания : материалы II Международной научной интернет-конференции. URL: <http://forum.kubsu.ru/01/07.htm> (дата обращения: 31.09.2008).

References:

1. Bashkev M.C. Magazine periodicals under the conditions of market changes // Journalism in 2008: public agenda and communicative practices of media: coll. of articles, Russian national scientific and practical conference. M., 2009. P.3.
2. Zuev V.A., Zueva E.Y. Popular party newspaper as an innovative model of political communication // Bulletin of Maikop State Technological University. V. 3. Maikop, 2012.
3. Zuev V.A., Zueva E.Y. Political press: rudiment or instrument? // Bulletin of Maikop State Technological University. V. 3. Maikop, 2012.
4. Kravchenko N.P. Some features of promoting periodical publications in the media market [Electronic resource] // Interdisciplinary approach to journalism studies and related fields: materials of the II International scientific internet conference. URL: <http://forum.kubsu.ru/01/07.htm> (date of access: 31.09.2008).

УДК 002.2

Гончаренко Александр Александрович
магистрант факультета журналистики
Кубанского государственного университета

КОНСТРУКТИВИСТСКИЕ ПРИНЦИПЫ ОФОРМЛЕНИЯ ИЗДАНИЙ: ГРАНИЦЫ ПОНЯТИЯ И ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ КНИГОИЗДАНИИ

Аннотация: В статье описываются и проблематизируются некоторые достижения в книжном оформлении деятелей отечественного конструктивизма 1920-х гг., в частности – членов Литературного центра

конструктивистов. Конструктивистские принципы оформления изданий соотнесены с современным редакционно-издательским процессом.

Ключевые слова: конструктивизм, книжное оформление, издательское дело, А.Н. Чичерин, Литературный центр конструктивизма.

Goncharenko Alexandr Alexandrovich
Master's Degree Student Journalism Faculty
Kuban State University

CONSTRUCTIVIST METHODS OF PUBLICATIONS TYPOGRAPHY: MARGINS OF NOTION AND POSSIBILITIES OF USAGE IN THE MODERN BOOK PUBLISHING

Abstract: This article describes and problematizes some achievements in book design of Russian constructivists in the 1920's, particularly – members of Constructivists Literary center. Constructivist methods of book design are correlated with the modern editing and publishing process.

Keywords: constructivism, book design, A.N. Chicherin, Literary center of constructivism.

Основы оформления будущего издания в известной степени диктуются исходным авторским произведением, что прежде всего проявляется в логической структуре текста, подборе иллюстраций, составе и характере аппарата книги. Однако и у редактора, и у оформителя при работе с авторским произведением могут возникнуть предложения, которые касаются, например, изменения рубрикации, перегруппировки частей текста, введения недостающих и исключения избыточных фрагментов и т. п. Таким образом, даже при рассмотрении традиционной схемы редакционно-издательского процесса очевидно взаимовлияние содержательного (авторский текст) и материального (книжное воплощение) аспектов будущего издания.

Если в первой трети XX в. оформители изданий стремились во внешнем, вещественном заключить существенные стороны того или иного произведения, ретранслируемого книгой, то в конце XX – начале XXI в. оформление изданий (особенно переплета или обложки) служит прежде всего интересам коммерции, то есть – продвижения и рекламы продукта. Речь идет о прицельной дифференциации спроса-предложения, на которую указывает Е. Герчук: «... в течение нескольких лет отечественным книгоизданием было разработано не меньше трех совершенно разных визуальных языков, каждый из которых рассчитан на особенности специфического круга читателей и адекватно воспринимается только им. При этом одни и те же литературные произведения могут выпускаться одновременно несколькими разными издательствами и адресоваться разным читательским группам» [1]. Это соответствует общей тенденции современного издательского процесса, свидетельствующей о возрастающем стремлении к разнообразию представления одной и той же книги. Однако используемые дизайнерами оформительские средства преимущественно восходят к первой трети XX в., когда их функциональное назначение было иным,

если не сказать противоречащим современному. В наши дни чтение книги постепенно приобретает элитарный оттенок, причем это актуально и для печатных, и для электронных изданий. Несомненные трудности современного книгоиздательского процесса России заключены в двух заблуждениях большинства ведущих игроков книжного рынка России. На фоне повсеместной «близорукости» заслуживает внимания позиция «Альянса независимых издателей и книготорговцев», различающего две главные проблемы:

1) в пропаганде чтения через использование книги как товара в системе развлечений (тут книга неспособна конкурировать с другими медиа);

2) в понимании книги исключительно как источника информации, каковым все больше становится Интернет [2].

Очевидность ошибочности указанных представлений для, по крайней мере, российской действительности доказали тенденции последних лет, когда, по данным отраслевого доклада за 2011 г. [3, с. 15], книжная индустрия понесла существенные убытки, потеряв за период 2008–2011 гг. около 20 % в совокупном тираже выпускаемых в год изданий. При этом обратная тенденция наблюдается в кинематографе – медиа-конкуренте книги, где за аналогичный период эксперты диагностировали 15 %-ный рост продаж билетов. В отношении информативности и оперативности коммуникации печатные издания (как книги, так и СМИ) уже давно не на первых ролях, и возрастающая информационная и коммуникативная мобильность Интернета здесь лишь обостряет ситуацию.

На российском книжном рынке почти не различаются понятия «книга» и «любой товар». Такое представление о роли и функциональном назначении печатной продукции губительно для издательского дела как для структурного элемента культурно-социального процесса. Понимание книги как товара и источника прибыли может

просуществовать недолго – пока печатная продукция не падет перед конкурентами медийно-развлекательной и информационно-коммуникативной сфер. Следовательно, необходимо определить специфическое свойство книги, которое позволило бы отграничить ее от продуктов-конкурентов.

Книга – ретранслятор произведения, способ передачи последнего от автора к читателю. Подавляющее большинство изданий стремится к унификации коммуникации, что снижает значимость самой книги как ретранслятора. Если относительно, например, научных, учебных или справочных изданий это оправдано прагматически, то относительно изданий художественной литературы это оправдано лишь с позиции производственной целесообразности, так как в этом сегменте количество названий слишком велико. Однако снижение значимости книги как передаточного звена между автором и читателем ведет к приравнению ее к другим носителям информации, что, безусловно, чревато поражением книги в конкурентной борьбе.

Книга незаметна. Эта метафора поможет нам согласно целям статьи определить существенный аспект книжного оформления. Художественно-техническое оформление электронной книги заканчивается издательским оригиналом как совокупностью его элементов: авторского произведения, вспомогательных и дополнительных материалов, аппарата издания, в том числе и выходных сведений. Контактно-устанавливающая функция в случае электронного издания выполняется при помощи технического устройства, имеющегося у потребителя электронной книги. Если вернуться к оговоренной выше унификации коммуникативного процесса и предположить градацию от низкой степени унификации к высокой, то необходимо признать, что на настоящем этапе развития электронная книга любого целевого назначения обладает крайне высокой степенью унификации. Указав выше на значительную степень унификации научных, учебных и справочных изданий, мы вынуждены определить издания с наиболее благоприятными предпосылками для минимизации унификации. Речь идет об изобразительных изданиях, ведь, именно говоря об искусстве, творчестве, книга способна настолько полно реализовать собственный художественный потенциал, что речь об унификации коммуникации сменяется пристальным вниманием к эстетике книжного оформления. Преимуществом является усложнение коммуникации, предполагающее не только максимально возможную адекватность изоиздания описываемому объекту, но и дополнительный язык коммуникации.

Конструктивизм известен как одно из сложных и многогранных направлений искусства XX в. Являясь частью модернизма, конструктивизм объ-

единял различные национальные и специальные школы. Так, в русском, советском конструктивизме, существенно расходящемся, например, с немецким конструктивизмом Баухауза, можно выделить несколько обособленных течений. Одно из них – Литературный центр конструктивистов (далее – ЛЦК), существовавший с 1923 по 1929 гг. Первым документом ЛЦК стал манифест «Знаем», вышедший отдельным изданием в 1923 г., а в 1924 г. открывший сборник «Мена всех» [4]. Последний включал теоретическую статью Корнелия Зелинского, поэзию Эллия-Карла Сельвинского и теоретические, поэтические и графические произведения Алексея Николаевича Чичерина. Литературный конструктивизм претерпел существенные изменения после ухода А.Н. Чичерина и выпуска сборника «Госплан литературы» (1925) [5], составленного из произведений уже шести авторов, и озаменовал упрощение эстетических принципов, отказ от графических средств выражения. В 1926 г. А.Н. Чичерин издает «Кан-Фун» [6], декларацию-эссенцию философско-социальных, культурологических и эстетических воззрений автора. Книга продолжала конструктивистско-формалистские искания А.Н. Чичерина.

Здесь необходимо отметить, что место литературного конструктивизма в литературном и, шире, художественно-гуманитарном процессе неоспоримо, существенно и закономерно; также легко объяснимо игнорирование исследователями книжного оформления эстетических достижений литературного конструктивизма, в частности сборника «Мена всех». Причина отсутствия понимания литконструктивистов как художников книги заключается в том, что в общем течении конструктивизма было немало деятелей, занимавшихся этим вопросом специально или, в любом случае, более целенаправленно, нежели члены ЛЦК.

Самоочевидно, хоть и не всегда признаваемо влияние на традицию книжного оформления масштабной деятельности Высших архитектурно-художественных мастерских или не менее массивных усилий Архитектурно-художественных мастерских Казани [7, с. 7]. Громадно значение для книжного искусства деятельности творческого тандема А. Родченко и В. Степановой, чьи разработки в оформлении переплетов, обложек и коллажей играли ведущую роль в развитии после-революционного книжного дизайна в РСФСР [8, с. 28]. Не поддается переоценке вклад Ф.Ш. Тагирова в печатно-визуальную культуру населения России, и особенно той его части, которая использует арабскую письменность. Тагиров разрабатывал шрифты путем «опрямоуголивания» в духе московского конструктивистского канона» [9, с. 11].

Однако в настоящем исследовании мы сконцентрируемся именно на эстетике литературного

конструктивизма, рассматривая художественные разработки деятелей Литературного центра конструктивистов и их конструктивистские принципы оформления изданий.

Помимо типичных свойств, присущих многим творческим группам модернизма (провозглашение принципиально нового искусства, критическое отношение к традиции, объединение во многом расходящихся деятелей), литературный конструктивизм отличался особым обоснованием своей программы. Его последователи были обеспокоены строго социальными вопросами, точнее – социально-техничко-экономическим состоянием современной цивилизации и антропологическим содержанием этого процесса. В статье «Конструктивизм и поэзия» К. Зелинский, осмысляя природу объявляемого направления, указывает на два вывода, значимых для развития культуры и следующих из анализа социально-техничко-экономического состояния.

Первый вывод – о наличии проблемы необходимости – комплекса причин-катализаторов, требующих порядкового повышения эффективности обыденных предметов и процессов. К. Зелинский утверждает, что особо значимыми для этой проблемы оказались политические потрясения начала века (Первая мировая война, революции, гражданская война). «Всеобщее обнищание <...> заставило каждого человека комбинировать, вычислять, соразмерять в борьбе за существование свои материальные средства со своими нуждами. Каждый по-своему сделался “конструктивистом”» [4, с. 14].

Далее К. Зелинский обращается к проблеме причинно-следственных связей – резкому изменению пропорции между затрачиваемыми ресурсами и производственными результатами, ставшему возможным благодаря совокупности технико-экономических условий. «Культура передвигается к более материально тонким носителям, выпадают посредствующие члены», что вызывает «уплотнение материала с увеличением энергетического (или семантического) эффекта» [4, с. 20]. Социально-производственные причинно-следственные связи, оставаясь в рамках закона количественно-качественных преобразований, обретают новые вещественно-процессуальные воплощения. К. Зелинский именует эту тенденцию дематериализацией, вышеприведенными цитатами предупреждая подозрения в «метафизической ереси». Он подчеркивал, что дематериализация – одно из неизбежных и высочайших достижений культурного процесса, несмотря на какие бы то ни было потенциальные конфликты. «Техническая логика конструктивизма – диалектична. <...> Она знает только один закон: кратчайшее расстояние между двумя точками» [4, с. 23].

К. Зелинский видит продуктивность, функци-

ональное напряжение искусства именно в зонах сочленения его элементов, в «кратчайшем расстоянии» между ними. Здесь уместно провести параллели со сторонними культурными явлениями. Конструктивизм, как и футуризм, принимал передовые достижения модернистского искусства; в предисловии-манифесте «Знаем» книги «Мена всех» конструктивисты соглашались с использованием любых выразительных средств вплоть до зауми с условием «действительной необходимости при установке конструкции» [4, с. 9]. При более обстоятельном осмыслении «необходимости конструкции» в статье «Конструктивизм и поэзия» К. Зелинский точно разграничивает футуристские и конструктивистские принципы обращения со средствами выразительности и любым другим материалом. Расхождение футуристской и конструктивистской программ очевидно по двум различным принципам: социальная обусловленность (эпатаж против необходимости) и структурная организация (алогизм, хаотичность против диктата «центрального задания»).

А.Н. Чичерин упорно называл свое творчество конструированием, подчеркивая это не только в пределах отведенного ему раздела сборника, но и на технических полосах, будучи названным в выходных сведениях конструктором книги. Произведения А.Н. Чичерина напоминают скорее чертежи, нежели поэтические или прозаические тексты: об этом говорит не только обилие графических элементов, увеличивающееся на протяжении раздела, но и пояснительные записки с расшифровкой тех или иных обозначений. Представляется возможным разделить конструкции А.Н. Чичерина на две условные группы и назвать их по соотношению и превалированию знаковых элементов: языковая (поэтическая) и графическая.

Абстрактность, к которой приводила возрастающая доля графических элементов в конструкциях, была нужна А.Н. Чичерину для достижения полисемантизма знаков выражения, о котором он писал в кратком предисловии раздела.

В преимущественно поэтических произведениях смыслопорождающая роль графических элементов приближена к вспомогательной функции воспроизведения ритмико-фонетической специфики текста. В кратком предисловии, помимо расшифровки используемых графических элементов, есть предписание, гласящее: «Читайте вслух московским говором» [4, с. 44]. Диалектные особенности языка вкупе с множеством графических элементов и ориентированной на фонетику орфографией должны были, по замыслу А.Н. Чичерина, способствовать максимальному соответствию между письменной и устной речью. Этими средствами А.Н. Чичерин поэтизировал разговорную речь, организовывал ритмические

структуры из обыденных, бытовых высказываний, чем добивался заявленных в предисловии приемов полисемантизма. Однако наиболее интересное достижение поэтических конструкций Чичерина заключается в том, что экспликация всевозможных ритмико-фонетических особенностей приводит к остранению самого языка. Язык, ретранслируемый в непривычной орфографии и остраемый ею, представляется читателю чужим, и ему приходится заново привыкать к родному языку. Трудоемкое прочитывание слов своего-чужого языка сталкивает речь, произносимую во время чтения, и образы звучания слов, находящиеся в эйдетической памяти реципиента. Это взаимодействие текста произведения с собственным опытом воспринимающего предоставляет возможность более тесного контакта с художественным миром произведений, который у А.Н. Чичерина, как правило, существует именно в речи персонажей.

Этот аспект эстетики литературного конструктивизма, точнее – творческого метода А.Н. Чичерина начала 1920-х гг., возвращает к социально-техничко-экономическому обоснованию конструктивистского проекта. Остранение языка как основополагающий принцип мотивирован, среди прочего, социальными и культурно-технологическими предпосылками, с ликбезовскими лозунгами, скорее всего даже не пересекающимися. Повторное обучение языку, довольно точно, хоть и образно характеризующее сложность рецепции конструкций А.Н. Чичерина, не соответствует принципу «кратчайшего расстояния» между компонентами, здесь – между письменной речью и устной. Вместо этого А.Н. Чичерин обращает внимание читателя на «выпадение посредствующих членов» коммуникативного процесса в эпоху его технической воспроизводимости, другими словами – на то, как язык, равнозначно являющийся и средством общения, и формой мысли, функционирует в своем печатном воплощении, то есть – в совокупности графико-наборных элементов.

Очевидно, конструктивистские оформительские принципы и творческая методология литературных конструктивистов, в частности – А.Н. Чичерина, являющаяся предметом настоящей работы, не поддаются однозначному определению в свете следующих причин:

1) отсутствие системного подхода к вопросам книжного оформления;

2) нахождение разработки оформительских проблем в ряду второстепенных задач литконструктивистов;

3) специфичность графико-наборных средств;

4) высокий уровень трансформации традиционной вербальной коммуникации.

Эти причины объясняют незрелость потенциала литконструктивистской эстетики. Сложность

своего-чужого языка, возникающая во взаимодействии читателя с конструирующими А.Н. Чичерина, является лишней при печатном репродуцировании большинства классических произведений. Интересным редакторским решением могло бы стать фрагментарное применение чичеринских принципов остранения, дематериализации языка в тех местах литературных произведений, где необходимость подчеркнуть своеобычность речи того или иного персонажа действительно обусловлена логикой художественного мира и реконструируемой авторской прагматикой. Однако для читателя станет задачей высочайшей степени сложности органически соотнести орфографию и пунктуацию, ориентированную на разговорную речь, а также фрагменты, пестрящие транскрипционными знаками, – с привычно набранными и оформленными текстовыми массивами. Мало того, даже при успешном ее выполнении не всякий читатель примет подобное нововведение.

Графико-наборные принципы литконструктивистов не служат донесению каких-либо сторонних идей. В них самих заключена идея обнажения приема, разоблачения в печатном слове функции репродуцирования и омертвления языка, его оглушения. Однако не одного остранения добивался А.Н. Чичерин, ставя апостроф в слове «объективная» вместо твердого знака. Подобное членение слова вызывает эффект полисемантизма, заявляемого автором в предисловии к своему разделу сборника «Мена всех»: внутренняя форма слова, морфемный состав попадают в поле зрения реципиента и осмысляются заново.

Здесь уместно прибегнуть к терминологическому аппарату И. Келейникова, который в труде «Дизайн книги: от слов к делу» использует термины макротипографика и микротипографика для обозначения объектов оформительской деятельности. Объектом макротипографики являются «общие композиционные вопросы, принципиальные движения больших масс, состоящих, как и положено, из блоков шрифтов, изображений и различного рода пробелов». Микротипографика фокусирует внимание на «фактурных характеристиках того, из чего складываются крупные элементы макротипографической композиции, – шрифт, его характер, его графическая выразительность» и «отвечает за правильное интонирование собственно текста – равномерность повествования, локальные акценты и паузы в соответствующих по смыслу местах» [13, с. 15]. Очевидно, макротипографика и микротипографика могут служить способами продуктивного разграничения эстетических объектов специально-оформительского конструктивизма и оформительских наработок литконструктивистов. Первые занимались преимущественно макротипографией, распределяя большие, архи-

тектонические объемы книжного пространства, тогда как А.Н. Чичерин сосредоточивался на звуковых оттенках и возможностях их передачи посредством печатного слова (микротипोगрафика А.Н. Чичерина служит «конструктивной проработке фонетической ткани языка»).

Таким образом, возможности реализации богатейшего потенциала эстетики литературного конструктивизма А.Н. Чичерина невелики. Любое использование его оформительских, графико-наборных принципов ведет к значительному повышению степени адекватности издания хотя бы воспроизводимому аудиальному коду произведения. Ценность подобных редакторских решений для построения деунификационной концепции оформления издания не поддается переоценке, однако применимость таких решений в сколько-нибудь массовом издании сомнительна. Издание, чей традиционный вербально-коммуникативный облик будет нарушен конструктивистскими принципами своего-чужого языка и дематериализации графико-наборных средств, должно иметь потребителя, нуждающегося в книге, созданной именно таким образом, что отвечает возрастающим процессам дифференциации спроса-предложения.

Конструктивистские принципы остранения языка способны удовлетворить и требованию разнообразия, главенствующему в современном редакционно-издательском процессе. Подобно тому,

как А.Н. Чичерин в «ДУГАВАОй КНСТРУЭме» акцентологически распределял разные по значимости смысловые уровни, а в «РАМА'Не» – раскладывал исходное высказывание на ноты соответствующих звуков и ритмических структур, прогрессивная оформительская концепция может вобрать в себя несколько трансформаций одного и того же текста. Успешность и популярность применения параллельных двуязычных текстов в издании поэтических сборников дает косвенный повод предполагать возможный успех применения в качестве параллельного своего-чужого языка чичеринского остранения. Притом нельзя не отметить, что столь существенные изменения микротипোগрафической структуры текста чрезмерно повышают значение формального аспекта печатного слова в пику функциональному. Этот эффект неизбежен (более того, требуем и предполагаем) при реализации техник остранения, однако, в отличие от образно-художественного остранения особенностей художественного мира, графико-наборное остранение языка затрудняет технический процесс чтения, о чем обязательно должен помнить редактор, избирающий подобную стратегию оформления.

Остается заметить, что сам А.Н. Чичерин не продолжил визуальные разработки в дальнейшем творчестве, в том числе и в его «Поэме», над которой поэт работал в 1960-х гг. (подробно о произведении см. в статье О.Н. Мороза [11]).

Библиография использованных источников:

1. Герчук Е. Форма существования [Электронный ресурс] // НЛО. 2004. № 66. URL: <http://magazines.russ.ru/nlo/2004/66/ger20.html> (дата обращения: 11.12.2015).
2. Официальный сайт «Альянса независимых издателей и книгораспространителей» [Электронный ресурс]. URL: <http://book-alliance.ru/about/> (дата обращения: 11.12.2015).
3. Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития. 2010 год : отраслевой аналитический доклад / под общ. ред. В.В. Григорьева. М., 2011. 78 с.
4. Зелинский К., Чичерин А.Н., Сельвинский Э.-К. Мена всех. М., 1924. 88 с.
5. Госплан литературы / К. Зелинский, И. Сельвинский, Б.Н. Агапов и др. М., 1925. 144 с.
6. Чичерин А.Н. Кан-фун. М., 1926.
7. Улемнова О.Л. АРХУМАС – мастерская художественного авангарда Казани // АРХУМАС. Казанский авангард 20-х : каталог выставки. М., 2005. 168 с.
8. Родченко А., Степанова В. Альбом / вступ. текст и сост. А.Н. Лаврентьева. М., 1988. 160 с.
9. Кричевский В. «Баски, быки, арабы», а также «Наш северный терпентин» // Пионеры конструктивизма: Фаик Тагиров, Александра Коробкова в Казани и Москве. К 100-летию со дня рождения Фаика Тагирова : каталог выставки: Книжная графика. Рисунок. Гравюра. 24 ноября 2006 – 15 января 2007. Казань, 2006. 64 с.
10. Келейников И. Дизайн книги: от слов к делу. М., 2012. 304 с.
11. Мороз О.Н. «Поэма» А.Н. Чичерина в контексте трансформации социально-политической жизни СССР 1950-х годов // Наследие Ю.И. Селезнева и актуальные проблемы журналистики, критики, литературоведения, истории : материалы Второй Международной научно-практической конференции (Краснодар, 24–25 сентября 2015 г.). Краснодар, 2015. С. 106–114.

References:

1. Gerchuk E. The Form of Existence [Electronic resource]. New Literary Observer. 2004. № 66. URL: <http://magazines.russ.ru/nlo/2004/66/ger20.html> (date of access: 11.12.2015).

2. Official site of the «Alliance of Independent Publishers and Book distributors» [Electronic resource]. URL: <http://book-alliance.ru/about/> (date of access: 11.12.2015).
3. Russian Book Market. Situation, tendencies and perspectives of development. 2010: industrial analytical report / edited by V.V. Grygorjeva. M., 2011. 78 p.
4. Zelinsky K., Chicherin A.N., Selvinsky E.-K. Mena Vsekh. M., 1924. 88 p.
5. Literature State Plan / K. Zelinsky, I. Selvinsky, B.N. Agapov and others. M., 1925. 144 p.
6. Chicherin A.N. Kan-Fun. M., 1926.
7. Ulemnova O.L. ARKHUMAS – a workshop of art avant-garde of Kazan // ARKHUMAS. Kazan avant-garde of the 20-s: the catalogue of the exhibition. M., 2005. 168 p.
8. Rodchenko A., Stepanova V. Album / introduction and comp. A.N. Lavrentjeva. M., 1988. 160 p.
9. Krichevsky V. «The Basques, bulls and the Arabs», «Our northern turpentine» // *Pioneers of Constructivism: Faik Tagirov, Alexandra Korobkova in Kazan and Moscow. Devoted to 100-anniversary of Faik Tagirov: the catalogue of the exhibition: Book Graphics. Drawing. Line engraving.* November 24, 2006 – January 15, 2007. 64 p.
10. Keleynikov I. Book Design: from words to deeds. M., 2012. 304 p.
11. Moroz O.N. A.N.Chicherin's «Poem» in the context of the transformation of the social and political life in the USSR in the 1950s. // Y.I.Seleznyov's heritage and actual problems of journalism, criticism, literary studies, history : Materials of the II International scientific and practical conference (Krasnodar, September 24–25, 2015). Krasnodar, 2015. P. 106–114.

Рецензии

Факторович Александр Львович

доктор филологических наук, профессор,

*профессор кафедры истории журналистики и правового регулирования массовых коммуникаций
Кубанского государственного университета*

ГАРМОНИЯ ПОИСКА

Faktorovich Alexander Lvovich

Doctor of Philology

*Professor of Department of Journalism History and Legal Regulation of Mass Communication
Kuban State University*

HARMONY OF SEARCH

Демина Л.И. Литература и журналистика: духовные, национальные и эстетические основы : монография. – Краснодар : КубГУ, 2016. – 268 с.

Demina L.I. Literature and journalism: spiritual, national and esthetic principles: monograph. – Krasnodar : KubSU, 2016. – 268 p.

Книга профессора журфака КубГУ Людмилы Деминой, признанного профессионала, ссылки на труды которого характерны для центральных журналов, столичных монографий, – необходимо-долгожданная и неожиданная. Именно такой источник – необходимая динамическая система, которая ожидается специалистами, ищущими ориентиров в безмерной, отчасти непредсказуемой литературно-медийной вселенной. Неожиданность же монографии – в том, как оригинально соединены подсистемы в сложное, гармоничное целое. Вполне современным и традиционным в лучшем смысле взглядом охвачены множество имен, от Л. Толстого и Б. Зайцева до З. Прилепина и Ш. Куева; категорий, тенденций, феноменов: национальная основа литературы и художественный конфликт, духовный потенциал, типологическое взаимодействие, литературная позиция, гипертекст. Каждый из глубинно взаимосвязанных объектов, их цельная категориальная ткань получают убедительную и, как правило, приоритетную трактовку.

Масштабный результат связан с удачной композицией. Друг друга оригинально дополняют две главы: «Теоретические аспекты художественного пространства литературы» и «Публицистика и журналистика в контексте времени». Каждый из титульных концептов раскрыт с опорой на актуальные филологические парадигмы, емко, вполне самобытно; особенно касается это понятий «художественное пространство» и «контекст времени».

Главы и их составные части концептуально соизмерены и внутренне взаимообусловлены. Причем объектно-проблемные связи пронизывают всё пространство исследования. Так, в первой главе один из структурно центральных материалов (15-й из 22) «Повесть В. Некрасова “В окопах Сталинграда” в литературной критике 40-х годов XX века» не

только теоретизирует художественное пространство, но и раскрывает контекст времени как особую познавательную сферу – раскрывает ее в сложном единстве журналистики и литературы. Во второй главе своеобразным итогом (предпоследним разделом) стал материал «Совершенствование рекламы на книжном рынке Краснодарского края» – в нем суть художественного пространства высвечивается духовная основа столь «земного» феномена, как книжный рынок. Эта центростремительная проблематизация пронизывает всю монографию.

Цельную картину образуют три основных проблемных сферы, самодостаточных и служащих друг другу взаимной опорой. Исходная сфера – традиция как объект филологии. Вполне закономерно этим объектом открывается авторский поиск: первый материал – «Духовно-нравственные традиции в русской прозе второй половины XX века». В дальнейшем традиция приковывает внимание в ряде разделов исходной главы, в том числе в глубоко оригинальной части «Национальная традиция в поэзии Арби Мамакаева». Богато раскрывается этот феномен и во второй главе, особенно в двух ее материалах: «Духовные основы публицистического наследия Б. Зайцева» и «Историко-культурный аспект в послеоктябрьской газетной периодике Кубани». Автор своеобразно и четко показывает, что культура, искусство, литература каждого народа должны быть связаны с понятием «традиция». Без преемственности они не только лишатся своих характерных особенностей, но и перестанут существовать: нельзя представить русскую литературу без Пушкина, английскую – без Шекспира. В рецензируемом исследовании в этом плане раскрывается творчество Л. Толстого, А. Платонова, К. Шаззо... Но любая литература – ясно и новационно конкретизирует Л.И. Демина –

была бы лишена развития, если бы ее представители не стремились к новому. На основе традиции, присущей русской литературе, вырабатываются и новые черты булгаковского творчества И. Сургучева, З. Прилепина. А. Твардовский показан на художественном перекрестке: как восприимчив и как источник традиций. Поэтому успехом исследования стало осмысление единства преемственности и новаторства.

В этой динамике объекта и его познания – переход ко второй проблемной сфере, к углублению опорных филологических концептов. Наиболее показательно для научного поиска Л.И. Деминой внимание к художественному конфликту, духовному потенциалу, гипертексту. Так, конфликту специально посвящено семь материалов в первой главе. Ценным стало внимание исследователя и к понятиям эволюции, развития. Они раскрываются в различных ракурсах в материалах «В.В. Кожин о развитии деревенской темы в литературе», «От истоков до современности: эволюция адыгейской поэзии в монографии Ш. Шаззо» и других. Важное достоинство в этой стороне динамической систематики – всеобщность. Автору удалось показать саморазвитие разнообразных объектов: от характеров до литературной позиции. Переключки с научной традицией В.И. Тютю, некоторых иных филологов – анализ саморазвития и самосовершенствования в характеросложении. Он, как известно, был развит с появлением понятия «саморазвивающийся характер». Под ним понималась индивидуальность, непрерывно взаимодействующая с какими-либо историческими событиями. Наблюдая за эволюцией героев, Л.И. Демина показывает, как меняется не только сам герой, но и сюжет, обстоятельства, в которых он формируется как личность.

Личностное начало можно определить как третью проблемную сферу, принципиальную для монографии. Эта сфера также носит сугубо оригинальный, «авторский» характер. В книге нет ни одного отдельного материала, специально посвященного какому-либо герою, образу. Но почти в каждом разделе так или иначе освещается персональная основа художественного пространства; герой раскрывается в теснейшем взаимопроникновении с категориями «тема», «время», «жизнь» – как, например, в разделе «Жизнь и смерть как доминирующие категории в повести И. Сургучева "Черная тетрадь"». Не менее значимо личностное начало в цельной характеристике художника, творца. Показателен материал «Эпоха и личность Казбека Шаззо» – о научном наставнике автора, создателе мощной научной школы, художнике слова и выдающемся мыслителе. В материале раскрыта система в наследии Казбека Гиссовича Шаззо на основе его трудов, выступлений, откликов на литературные события. Людмилой Деминой обобщены взгляды

мыслителя на самые фундаментальные проблемы эстетики, литературоведения, подведены итоги его интенсивных духовных поисков. Ярко показан не только механизм рождения его идей, но и то содержательное поле, из которого они вырастают, продуктом которого являются. Содержательное поле, по мнению науковедов, образуют принципы мышления, научные проблемы, системы знаний и фактов, которыми владел мыслитель, картины идеальной действительности, из которых он исходил в своей познавательной деятельности. Эта работа Л.И. Деминой дает неоценимый материал для знакомства с тем комплексом идей, научных предметов, проблем, интересов, которые были базисом, основанием литературоведческих концепций.

В третьей проблемной сфере нельзя пройти мимо значительного вклада Л.И. Деминой в ту область исследования современной прозы, которую рискнем назвать «Екимоведение». Живой классик, прозаик, удостоенный престижных отечественных и международных литературных премий, Борис Петрович Екимов справедливо определяется как один из ведущих мастеров в русской литературе (такую характеристику дает, в частности, филолог профессор В.К. Харченко в ряде трудов, например в книге о мотивах и стиле современной прозы). В монографии Людмилы Деминой двадцать центральных страниц о Екимове (с. 126–145) – не только подлинное открытие, школа литературоведческого мастерства. Поразительная, пронзительная органика прозы Екимова раскрыта сообразно высочайшему объекту. Строгая аргументация и живость анализа привлекают в освещении концептов памяти и связи времен, всего художественного мировидения и, несомненно, послужат импульсом к новым поискам.

...В чем суть и многогранность лирического конфликта? Почему сегодня яснее становятся толстовские традиции в прозе В. Некрасова? Какова роль рекламы в формировании культуры чтения: вчера-сегодня-завтра? На множество значимых вопросов автор находит ответы в единой системе. Глубина обобщений обеспечена четкой методологией, новизной подхода, богатством эрудиции.

Незначительны, малочисленны технические огрехи (например, инициал одного и того же прозаика Кочетова – на наш взгляд, заслуженно забытого – представлен на соседних страницах 62 и 64 по-разному – как Вс. и В.); они лишь подчеркивают общую безупречность издания. Его цельную картину дополняет достойное полиграфическое оформление. Нет сомнения, что приоритетный и увлекательный научный труд найдет широкого читателя и будет способствовать углубленным раздумьям над злободневными и вечными проблемами словесности, современных духовных и коммуникативных практик.

Порядок публикации научных материалов в журнале «Научный вестник Кубанского государственного университета. Медиакоммуникация»

Принимаются научные статьи российских и зарубежных специалистов в области гуманитарных наук, связанных с проблемами коммуникации: теории и истории филологии, журналистики, междисциплинарных направлений в областях рекламы, PR, интегрированных массовых коммуникаций, культурологии, политологии, социологии, психологии и других наук по тематике журнала. Редакция рассматривает статьи, ранее нигде не публиковавшиеся.

Требования к оформлению статей

Статья принимается одним файлом, названным фамилией автора (соавторов), в формате Word. Статья (вместе со сведениями об авторе, аннотацией, ключевыми словами и библиографией) по объему не должна превышать 25 000 знаков, включая пробелы (от 6 до 15 типовых страниц), и в электронном варианте должна иметь следующий вид:

- редактор Microsoft Word;
- шрифт Times New Roman;
- формат А4, кегль 14, обычный – без уплотнения;
- текст без переносов;
- межстрочный интервал – полусторонний (компьютерный);
- выравнивание – по ширине;
- поля – верхнее, нижнее, правое, левое – 2,5 см;
- номера страниц – вверху посередине, на первой странице номер не указывать;
- абзацный отступ – 1,25 см;
- межабзацный интервал – 0;
- сокращения – используются только общепринятые для печатных изданий: т. д., т. п., т. е., и др., и проч., млн, млрд, г., гг., в., вв., а также наименований единиц измерения (т, кг, м, см, кв. м и т. п.);
- таблицы представляются в формате Word, должны иметь нумерационный и тематический заголовки, расположенные над таблицей. Иллюстрации (схемы, рисунки, графики, диаграммы, фотографии и т. п.) также нумеруются и подписываются внизу;
- отсылки на литературу приводятся непосредственно после фрагмента, требующего ссылки на источник; форма отсылки – цифра в квадратных скобках, соответствующая номеру источника в затекстовом библиографическом списке: [5], при наличии нескольких источников – через точку с запятой: [5; 11]; при цитировании (прямом или косвенном) указываются страницы через запятую со строчной буквой с., например: [2, с. 5], в интервале страниц пишется тире без пробелов: [2, с. 5–8].
- список использованных источников располагается в конце текста (входит в общий объем статьи и формируется по алфавиту, сначала литература на русском языке, затем на иностранных языках).

Статья должна включать следующие обязательные элементы:

- код УДК;
 - сведения об авторе (авторах): полностью – фамилия, имя, отчество, ученая степень, ученое звание, должность и место работы (например, официальное наименование учебного заведения и кафедры/другого подразделения вуза),
 - контактную информацию (не публикуется): почтовый и электронный адрес, телефон (для связи с авторами, так как до выхода журнала из печати автор должен познакомиться с вычитанным текстом статьи и ответить согласием/несогласием и высказать замечания); магистранты указывают, кроме того, данные руководителя;
 - заголовок статьи,
 - аннотацию (до 600 знаков),
 - ключевые слова (8–10 слов или словосочетаний),
 - текст статьи, при необходимости включающий формулы, таблицы и иллюстрации,
 - библиографический список использованных источников по алфавиту.
- Информация об авторах, название статьи, аннотация, ключевые слова и библиографический список приводятся на русском и английском языках.

Образец оформления дотекстовой части статьи:

УДК 340.122

Гараева Галина Фаизовна

доктор философских наук, профессор,

профессор кафедры общетеоретических правовых дисциплин,

заместитель директора по научной работе

Северо-Кавказского филиала

Российского государственного университета правосудия

350002 г. Краснодар, ул. Леваневского, д. 187, к. 14.

Тел.: 8 (861) 271-74-29, sophia_kub@mail.ru

Предназначение судебной власти
(на материале творчества А.П. Куницына)

Аннотация: В статье рассматриваются взгляды А.П. Куницына на сущность и предназначение судебной власти. В центре внимания автора статьи общая цель членов общества, которая выступает как идейное основание системы государственной власти, в которую входит судебная власть. Судебная власть характеризуется с точки зрения ее опоры на естественно-правовые идеи, законность, единство судебной практики.

Ключевые слова: естественное право, судебная власть, государственная власть, законодательная власть, блюстительная власть, закон, право, цель.

Garaeva Galina Faizovna
Doctor of Philosophy, professor
Professor of the chair of general theoretical and legal department, deputy director for scientific work, North-Caucasian branch of Russian State University of Justice
tel.: (861) 251-74-29, sophia_kub@mail.ru

Purpose of judicial power (based on creativity A.P. Kunitsyn)

Abstract: The article considers the views of A.P. Kunitsyn on the nature and the purpose of the judicial power. The author focuses on the general goal of society members, which acts as an ideological foundation of the state power system that includes the judicial branch. The judiciary is characterized in terms of its reliance on natural law ideas, the rule of law, the unity of judicial practice.

Keywords: natural law, judiciary, government, legislature, observing authority, laws, regulations, aim.

Образцы оформления ссылок:

а) для книг – фамилия, инициалы автора, полное название книги, место (город) и год издания, например:

1. Выготский Л.С. Мышление и речь // Собр. соч. М., 1982. Т. 2.
2. Словарь литературоведческих терминов. М., 1974.
3. Соссюр Ф. де. Курс общей лингвистики. М., 1933.
4. Phillips K.S. Language and Class in Victorian England. London, 1984;

б) для статей – фамилия, инициалы автора, полное название статьи, название сборника, книги, газеты, журнала, в которых опубликована статья; место и год издания – для книг, год и номер – для газеты, журнала, например:

1. Белкин А.А., Гумерова Л.Ш. Понятие и особенности правового статуса органа советского государственного управления // Государственное управление и право: история и современность. Л., 1984. С. 6–12.

2. Конрад Н.И. О китайском языке // Вопр. языкознания. 1952. № 3.

3. Francois D. L'oral, les oraux et leur grammaire // Le Francais dans le monde. 1979. № 45.

в) для интернет-источников – фамилия автора и/или название материала, общее обозначение материала – [Электронный ресурс], аббревиатура URL (унифицированный указатель ресурса) с электронным адресом (<http://nesiditsa.ru/city/krasnodar>), дата обращения в круглых скобках (дата обращения: 01.01.2015), например:

1. Интеллигентность [Электронный ресурс] // А – Я. Психология: тесты, тренинги, словарь, статьи. URL: <http://azps.ru/polpsy/lib/intelligent.html> (дата обращения: 21.03.2015).

2. Гурьева М.А. Экологизация экономики: международный опыт [Электронный ресурс] // Армия и общество. 2012. № 4 (32). С. 114–120. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/ekologizatsiya-ekonomiki-mezhdunarodnyy-opyt> (дата обращения: 20.03.2014).

3. Рецензии на книги Аркадия Эммануиловича Мильчина [Электронный ресурс]. URL: <http://www.livelib.ru/author/108313/reviews> (дата обращения: 23.03.2015).

Редакционная коллегия оставляет за собой право при необходимости сокращать статьи, подвергать их редакционной правке, проверять на уникальность (не менее 65 % по версии Advego Plagiaty) и отсылать авторам на доработку, а также отклонять с предоставлением аргументированного отказа в письменной форме. Автор несет ответственность за точность приведенных данных и содержание статьи; обязуется не публиковать статью (полностью или частично) в других изданиях.

За публикацию взимается плата в размере 200 руб. за авторскую страницу указанного выше формата статьи. Оплату следует производить только после уведомления автора редакцией о положительном решении редсовета журнала о публикации. В стоимость публикации входят: рассмотрение статьи редакционным советом и редакционной коллегией журнала, редакторская обработка статьи, верстка печатной версии журнала, печать номера журнала, один печатный экземпляр журнала.

Адрес редакции: 350018, г. Краснодар, ул. Сормовская, 7. Телефон: 8 (861) 275-82-40.

Кравченко Надежда Павловна

тел.: 8 (918) 483-16-12; e-mail: kubgu@inbox.ru

Демина Людмила Ивановна

тел.: 8 (918) 228-58-68; e-mail: de-li@yandex.ru

Будем рады видеть вас в числе авторов нашего журнала!

Научное издание
Медиакоммуникация.
Научный вестник Кубанского государственного университета



Главный редактор Н.П. Кравченко

Редактор, корректор Л.Н. Хорева

Технический редактор Д.А. Носаев

Адрес редакции: 350018, Россия, г. Краснодар, ул. Сормовская, 7.

E-mail: kubgu@inbox.ru

Подписано в печать 18.03.2016. Заказ № 3. Тираж 500 экз.

Печать офсетная. Бумага офсетная. Усл. п. л. 13,5. Формат 60х90 1/8.

Отпечатано с оригинал-макета в ИП Маслихова Светлана Алексеевна
350020, г. Краснодар, ул. Морская, 4, кв. 43.