

ISSN 2587-6953 (Print)  
ISSN 2782-5868 (Online)



НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

# НЕОФИЛОЛОГИЯ

## NEORHIOLOGY

SCIENTIFIC-THEORETICAL JOURNAL

2023

ТОМ 9

№ 4

ISSN 2587-6953



9 772587 695009

23036 >





ISSN 2587-6953 (Print)  
ISSN 2782-5868 (Online)

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина

# НЕОФИЛОЛОГИЯ

2023. Том 9. № 4

NEOPHILOLOGY

2023, volume 9, no. 4

16+

## Неофилология. 2023. Т. 9. № 4

Сквозной номер выпуска – 36

Научно-теоретический журнал. Издаётся с марта 2015 г. Выходит 4 раза в год

Журнал включён в «Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание учёной степени кандидата наук, на соискание учёной степени доктора наук» ВАК при Минобрнауки России по следующим научным специальностям и соответствующим им отраслям науки: **5.9.1** – Русская литература и литературы народов Российской Федерации (филологические науки); **5.9.3** – Теория литературы (филологические науки); **5.9.5** – Русский язык. Языки народов России (филологические науки); **5.9.6** – Языки народов зарубежных стран (германские языки) (филологические науки); **5.9.9** – Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки); **5.10.1** – Теория и история культуры, искусства (культурология) (**категория К2**).

**Индексируется** РИНЦ, DOAJ, Ulrich's Periodicals Directory, ResearchBib, CrossRef, НЭБ «eLIBRARY.RU», ЭБ «КиберЛенинка».

**Политика журнала.** Научно-теоретический журнал «Неофилология» включает научные статьи и рецензии, посвящённые результатам фундаментальных и прикладных исследований ведущих и молодых российских и зарубежных учёных в области языкознания, литературоведения, медиакоммуникаций и журналистики, а также культурологии. Основное содержание статей направлено на введение в научный оборот новых филологических и культурологических фактов и идей, обладающих общественной значимостью.

Все статьи проходят проверку в программе «Антиплагиат» и **двойное слепое рецензирование** членами редколлегии и внешними экспертами, отобранными редакцией.

**Бизнес-модель:** финансирование журнала осуществляется учредителем, все статьи публикуются на бесплатной основе.

### Главный редактор:

**А.С. Шербак**, д. филол. н., проф. (г. Тамбов, Российская Федерация)

### Научный редактор:

**С.А. Мызников**, чл.-корр. РАН, д. филол. н. (г. Москва, Российская Федерация)

### Ответственный секретарь:

**И.В. Ильина** (г. Тамбов, Российская Федерация)

### Редакционная коллегия:

**В.Г. Андреева**, д. филол. н., проф. (г. Москва, Российская Федерация); **Н.С. Гегелова**, д. филол. н., доц. (г. Москва, Российская Федерация); **Р. Гольдт**, д. филол. н., проф. (г. Майнц, Федеративная Республика Германия); **М.В. Горбаневский**, д. филол. н., проф. (г. Москва, Российская Федерация); **Е.И. Григорьева**, д. культурологии, проф. (г. Москва, Российская Федерация); **Е.А. Зверева**, д. филол. н., доц. (г. Тамбов, Российская Федерация); **С.Н. Ильченко**, д. филол. н., доц. (г. Санкт-Петербург, Российская Федерация); **С.В. Кезина**, д. филол. н., проф. (г. Пенза, Российская Федерация); **И.В. Леонов**, д. культурологии, доц. (г. Санкт-Петербург, Российская Федерация); **Ю. Накано**, д. филол. н., ассист. проф. (г. Киото, Япония); **О.Н. Новикова**, д. филол. н., доц. (г. Уфа, Российская Федерация); **О.Ю. Осьмухина**, д. филол. н., проф. (г. Саранск, Российская Федерация); **Л.А. Пронина**, д. филос. н., проф. (г. Тамбов, Российская Федерация); **Л.В. Рацибурская**, д. филол. н., проф. (г. Н. Новгород, Российская Федерация); **Н.В. Розенберг**, д. филос. н., проф. (г. Пенза, Российская Федерация); **В.В. Смеюха**, д. филол. н., доц. (г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация); **В.И. Супрун**, д. филол. н., проф. (г. Волгоград, Российская Федерация); **П.В. Сысоев**, д. пед. н., проф. (г. Тамбов, Российская Федерация); **З.К. Темиргазина**, д. филол. н., проф. (г. Павлодар, Республика Казахстан); **Г.Н. Трофимова**, д. филол. н., проф. (г. Москва, Российская Федерация); **Л.А. Фурс**, д. филол. н., проф. (г. Тамбов, Российская Федерация); **Л.Е. Хворова**, д. филол. н., проф. (г. Тамбов, Российская Федерация); **Чжан Цзе**, д. филол. н., проф. (г. Нанкин, Китайская Народная Республика); **А.Л. Шарандин**, д. филол. н., проф. (г. Тамбов, Российская Федерация); **Ю.М. Шемчук**, д. филол. н., проф. (г. Москва, Российская Федерация); **А.М. Шестерина**, д. филол. н., проф. (г. Москва, Российская Федерация); **Н.Н. Ярошенко**, д. пед. н., проф. (г. Москва, Российская Федерация)

**Учредитель:** Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина» (392000, Тамбовская обл., г. Тамбов, ул. Интернациональная, д. 33)

**Издатель:** ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»

Издание зарегистрировано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор), свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС 77-70137 от 16.06.2017 г.

ISSN 2587-6953 (Print)

ISSN 2782-5868 (Online)

Подписной индекс 80303 в каталоге ООО «УП Урал-Пресс»

### Адрес редакции и издателя:

392000, Тамбовская обл., г. Тамбов, ул. Интернациональная, д. 33

Телефон редакции: +7(4752)72-34-34 доб. 0440

Электронная почта: [ant\\_scherbak@mail.ru](mailto:ant_scherbak@mail.ru); [ilina@tsutmb.ru](mailto:ilina@tsutmb.ru)

Веб-сайт: <http://journals.tsutmb.ru/neophilology.html>;

<http://journals.tsutmb.ru/neophilology-eng/>

**Редакторы:** Ю.А. Бирюкова, М.И. Филатова

**Редакторы английских текстов:** Д.Г. Самодуров, М.А. Сенина

**Дизайн обложки** Т.О. Прокофьевой

**Администратор сайта** М.А. Сенина

Оригинал-макет подготовлен в объединённой редакции научных журналов

**Отпечатано** с готового оригинал-макета в отделе оперативной печати Издательского дома «Державинский» ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина». 392008, Тамбовская обл., г. Тамбов, ул. Советская, 190г.

Электронная почта: [izdat\\_tsu09@mail.ru](mailto:izdat_tsu09@mail.ru)

Подписано в печать 20.10.2023. Дата выхода в свет 15.11.2023

Формат А4 (60×84 1/8). Гарнитура «Times New Roman».

Печать на ризографе. Печ. л. 40,5. Усл. печ. л. 37,7.

Тираж 1000 экз. Заказ № 23271. Свободная цена.

**Для цитирования:** Неофилология. 2023. Т. 9. № 4. 324 с. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4>



Материалы журнала доступны по лицензии **Creative Commons Attribution («Атрибуция») 4.0** Всемирная

© ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина», 2023

© Журнал «Неофилология», 2023

Авторские статьи не обязательно отражают мнение издателя.

При перепечатке, при цитировании материалов, в том числе в электронных СМИ, ссылка на журнал обязательна.

Ответственность за содержание публикаций несёт автор



## Neophilology, 2023, vol. 9, no. 4

Continuous issue number – 36

Scientific-theoretical Journal. Published since March 2015. Issued 4 times a year

The journal is on the “Official list of scientific reviewed periodicals for publication principal scientific researches of dissertations for academic degree of candidate of science, doctor of science” by High Attestation Commission at the Ministry of Education and Science of Russia on the following fields of science: **5.9.1** – Russian literature and literature of peoples of Russian Federation (philological sciences); **5.9.3** – Theory of literature. Textology (philological sciences); **5.9.5** – Russian language. Languages of peoples of Russia (philological sciences); **5.9.6** – Languages of peoples of foreign countries (Germanic languages) (philological sciences); **5.9.9** – Media Communications and Journalism (philological sciences); **5.10.1** – Theory and history of culture (culturology) (**category K2**).

**Indexed** by the RSCI, DOAJ, Ulrich’s Periodicals Directory, ResearchBib, CrossRef, Scientific Electronic Library “eLIBRARY.RU”, Electronic Library “CyberLeninka”.

**The mission of the journal.** The scientific and theoretical journal “Neophilology” includes scientific articles and reviews on the results of fundamental and applied research by leading and young Russian and foreign scientists in the field of linguistics, literature studies, media communications and journalism and cultural studies. The main content of the articles is aimed at introducing into scientific circulation new philological and cultural facts and ideas of social significance.

All articles are checked in the “**Antiplaga**” program and **double-blind peer-reviewed** by members of the editorial board and external experts selected by editorial.

**Business model:** financing of the journal is carried out by the founder, all articles are published free of charge.

### **Editor-in-Chief:**

**A.S. Shcherbak**, Dr. habil. (Philology), Professor (Tambov, Russian Federation)

### **Academic Editor:**

**S.A. Myznikov**, Corresponding Member of RAS, Dr. habil. (Philology) (Moscow, Russian Federation)

### **Executive Editor:**

**I.V. Ilyina** (Tambov, Russian Federation)

### **Editorial Board:**

**V.G. Andreeva**, Dr. habil. (Philology), Professor (Moscow, Russian Federation); **N.S. Gegelova**, Dr. habil. (Philology), Associate Professor (Moscow, Russian Federation); **R. Goldt**, Dr. habil. (Philology), Professor (Mainz, Federal Republic of Germany); **M.V. Gorbanevskiy**, Dr. habil. (Philology), Professor (Moscow, Russian Federation); **E.I. Grigorieva**, Dr. habil. (Culturology), Professor (Moscow, Russian Federation); **E.A. Zvereva**, Dr. habil. (Philology), Associate Professor (Tambov, Russian Federation); **S.N. Ilchenko**, Dr. habil. (Philology), Associate Professor (St. Petersburg, Russian Federation); **S.V. Kezina**, Dr. habil. (Philology), Professor (Penza, Russian Federation); **I.V. Leonov**, Dr. habil. (Culturology), Associate Professor (St. Petersburg, Russian Federation); **Y. Nakano**, Dr. habil. (Philology), Assistant Professor (Kyoto, Japan); **O.N. Novikova**, Dr. habil. (Philology), Associate Professor (Ufa, Russian Federation); **O.Y. Osmukhina**, Dr. habil. (Philology), Professor (Saransk, Russian Federation); **L.A. Pronina**, Dr. habil. (Philosophy), Professor (Tambov, Russian Federation); **L.V. Ratsiburskaya**, Dr. habil. (Philology), Professor (Nizhny Novgorod, Russian Federation); **N.V. Rozenberg**, Dr. habil. (Philosophy), Professor (Penza, Russian Federation); **V.V. Smeyukha**, Dr. habil. (Philology), Associate Professor (Rostov-on-Don, Russian Federation); **V.I. Suprun**, Dr. habil. (Philology), Professor (Volgograd, Russian Federation); **P.V. Sysoyev**, Dr. habil. (Education), Professor (Tambov, Russian Federation); **Z.K. Temirgazina**, Dr. habil. (Philology), Professor (Pavlodar, Republic of Kazakhstan); **G.N. Trofimova**, Dr. habil. (Philology), Professor (Moscow, Russian Federation); **L.A. Furs**, Dr. habil. (Philology), Professor (Tambov, Russian Federation); **L.E. Khvorova**, Dr. habil. (Philology), Professor (Tambov, Russian Federation); **Zhang Jie**, Dr. habil. (Philology), Professor (Nanjing, People’s Republic of China); **A.L. Sharandin**, Dr. habil. (Philology), Professor (Tambov, Russian Federation); **Y.M. Shemchuk**, Dr. habil. (Philology), Professor (Moscow, Russian Federation); **A.M. Shesterina**, Dr. habil. (Philology), Professor (Moscow, Russian Federation); **N.N. Yaroshenko**, Dr. habil. (Education), Professor (Moscow, Russian Federation)

**Founder:** Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education “Derzhavin Tambov State University” (33 Internatsionalnaya St., Tambov 392000, Tambov Region, Russian Federation)

**Publisher’s:** FSBEI of HE “Derzhavin Tambov State University”

Registered by the Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology and Mass Media (Roskomnadzor).

The mass media registration certificate ПИ no. ФЦ 77-70137 of June 16, 2017

ISSN 2587-6953 (Print)

ISSN 2782-5868 (Online)

Subscription index in the catalogue LLC “Ural-Press” is 80303

### **Editorial Office and Publisher address:**

33 Internatsionalnaya St., Tambov, 392000, Tambov Region, Russian Federation

Editors telephone: +7(4752)72-34-34 add 0440

E-mail: [ant\\_scherbak@mail.ru](mailto:ant_scherbak@mail.ru); [ilina@tsutmb.ru](mailto:ilina@tsutmb.ru)

Web-site: <http://journals.tsutmb.ru/neophilology.html>;  
<http://journals.tsutmb.ru/neophilology-eng/>

*Editors:* Y.A. Biryukova, M.I. Filatova

*English texts editors:* D.G. Samodurov, M.A. Senina

*Cover design* T.O. Prokofeva

*Web-site administrator* M.A. Senina

The original layout is prepared in the Incorporate Editorial of Scientific Journals

Published basing on ready-to-print file in Instant Print Department of Publishing House “Derzhavinskiy” of FSBEI of HE “Derzhavin Tambov State University”.

190g Sovetskaya St., Tambov, 392008, Tambov Region, Russian Federation. E-mail: [izdat\\_tsu09@mail.ru](mailto:izdat_tsu09@mail.ru)

Signed for printing 20.10.2023. Release date 15.11.2023

Format A4 (60×84 1/8). Typeface “Times New Roman”.

Printed on risograph. Pr. sheet 40,5. Conv. pr. sheet 37,7.

Copies printed 1000. Order no. 23271. Free price.

**For citation:** Neophilology, 2023, vol. 9, no. 4, 324 p. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4>



Content of the journal is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

© FSBEI of HE “Derzhavin Tambov State University”, 2023

© The journal “Neophilology”, 2023

Author’s articles do not necessarily reflect the opinion of the publisher. While reprinting, citing materials, including in electronic media, a reference to the journal is required.

The author is responsible for the contents of publications

## СОДЕРЖАНИЕ

CONTENTS	718
----------	-----

## РУССКИЙ ЯЗЫК. ЯЗЫКИ НАРОДОВ РОССИИ

<b>Щербак А.С., Го Цзюаньцзюань.</b> Особенности функционирования онимов в почерке Г.Р. Дер-жавина	720
<b>Острове́рхая И.В.</b> Внутривидовые омофелисонимы	729
<b>Харченко М.М.</b> О процессе лексической деархаизации	740
<b>Ду Сянь.</b> Междометия и междометные комплексы в пьесах А.Н. Островского	749
<b>Филатова И.М.</b> Типы формальных вариантов слова в лексической системе донских говоров Волгоградской области	760
<b>Терских М.В., Зайцева О.А.</b> Дидактический потенциал аутентичных рекламных текстов на занятиях по русскому языку как иностранному	767

## ЯЗЫКИ НАРОДОВ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН (ГЕРМАНСКИЕ ЯЗЫКИ)

<b>Уразметова А.В.</b> Роль числительных в формировании и функционировании топонимической системы: комплексный подход	779
<b>Пенцова М.М.</b> Фольклорные персонажи в топонимах Шотландии: лингвокогнитивный аспект	789

## РУССКАЯ ЛИТЕРАТУРА И ЛИТЕРАТУРЫ НАРОДОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

<b>Лашева А.С.</b> Журнал «Галчонок» как пространство для детского творчества	799
<b>Гончаров П.А.</b> «Родня по Отечеству»: А. Солженицын в восприятии В. Астафьева (на материале писем и публицистики)	814
<b>Хворова Л.Е., Ю.С. Семёнов:</b> от «Семнадцати мгновений весны» к «Третьей карте». «Шифровка» исторических фактов	822
<b>Коваленко А.Г., Ху Цзяжуй.</b> Дистопия или Трансгрессия? (Два прочтения повести В. Сорокина «Метель»)	835
<b>Жутова С.Ю., Сорокина Н.В.</b> Трансформация сюжета трагедии А.С. Пушкина «Моцарт и Сальери» в повести Н. Дашевской «День числа Пи»	845

## ЖУРНАЛИСТИКА

<b>Третьяков В.Т.</b> Потехе – время, делу – час. О карнавальном коде современной телевизионной коммуникации	855
<b>Пронина Е.Е.</b> Профессиональная идентичность и проблемы начинающих журналистов	865
<b>Ильченко С.Н.</b> Россия vs Европа: версия Н.Я. Данилевского. Возможности современной медийной интерпретации	878
<b>Зверева Е.А.</b> Изменения журнального сегмента отечественной медиаиндустрии в 2022–2023 гг.: ребрендинг глянцевого издания	886
<b>Клемёнова Е.Н., Муха А.В.</b> Композиционно-графическая модель литературно-художественного журнала «Дон»	902
<b>Баканов Р.П., Нурутдинова К.А.</b> Приёмы манипулирования общественным мнением при освещении политических событий радиостанциями России и Германии	914

## МЕДИАКОММУНИКАЦИИ

<b>Шестерина А.М.</b> К вопросу о типологизации новых медиа	931
<b>Белоедова А.В., Дубровская Т.В., Кожемякин Е.А., Тяжлов Я.И.</b> Рецепция научного интернет-текста: экспериментальное исследование	940
<b>Машаев М.С.-М., Базанова А.Е.</b> Экранная коммуникация в контексте жанра видеоэссе	959
<b>Стерликов Д.А.</b> Особенности нейминга сетевого видеоконтента	970
<b>Клемёнова Е.Н., Федосеева Н.И.</b> Роль региональных СМИ в формировании городского сообщества	979
<b>Дятлова А.Е., Ильченко С.Н.</b> Трансформация диалогических жанров в онлайн-пространстве: анализ и перспективы развития	989

## ТЕОРИЯ И ИСТОРИЯ КУЛЬТУРЫ

<b>Пронина Л.А., Щербак А.С.</b> «Мягкая сила» русского языка: культурологический аспект	998
<b>Баудер Г.А., Полунина Л.И.</b> Русский характер в символах и маркерах народного этноса	1009
<b>Е Линь, Лю Итун.</b> Научные взгляды Р.О. Якобсона в парадигме текстолингвистики	1017
<b>Сертакова И.Н.</b> Миссия и видение современных университетов: сравнительный анализ на примере Китайского университета Гонконга и Токийского университета	1026
<b>Требования к оформлению статей</b>	1035

## CONTENTS

### RUSSIAN LANGUAGE. LANGUAGES OF PEOPLES OF RUSSIA

<b>Shcherbak A.S., Juanjuan Guo.</b> Features of the functioning of onyms in the handwriting of G.R. Derzhavin	720
<b>Ostroverkhaia I.V.</b> Intraspecific homofelisonyms	729
<b>Kharchenko M.M.</b> About the process of lexical dearhaization	740
<b>Du Xian.</b> Interjections and interjection complexes in the plays of A.N. Ostrovsky	749
<b>Filatova I.M.</b> Types of formal variants of words in the lexical system of Don patois of the Volgograd region	760
<b>Terskikh M.V., Zaytseva O.A.</b> Didactic potential of authentic advertising texts in Russian as a foreign language classes	767

### LANGUAGES OF PEOPLES OF FOREIGN COUNTRIES (GERMANIC LANGUAGES)

<b>Urazmetova A.V.</b> The role of numerals in the formation and functioning of the toponymic system: complex approach	779
<b>Pentsova M.M.</b> Folkloric characters in toponyms of Scotland: linguocognitive aspect	789

### RUSSIAN LITERATURE AND LITERATURE OF PEOPLES OF RUSSIAN FEDERATION

<b>Lashcheva A.S.</b> “Galchonok” magazine as a space for children’s creativity	799
<b>Goncharov P.A.</b> “Native on Fatherland”: A. Solzhenitsyn in V. Astafiev’s view (on the material of letters and journalism)	814
<b>Khvorova L.E.</b> Yu.S. Semenov: from “Seventeen Moments of Spring” to “The Third Map”. “Encryption” of historical facts	822
<b>Kovalenko A.G., Hu Jiarui.</b> Dystopia or Transgression? (Two readings of V. Sorokin’s story “The Blizzard”)	835
<b>Zhutova S.Y., Sorokina N.V.</b> Plot transformation of “Mozart and Salieri” tragedy by A.S. Pushkin in the story “Pi Day” by N. Dashevskaya	845

### JOURNALISM

<b>Tretyakov V.T.</b> Pleasure before business. About the carnival code of modern television communication	855
<b>Pronina E.E.</b> Professional identity and problems of novice journalists	865
<b>Ilchenko S.N.</b> Russia vs Europe: N.Y. Danilevsky’s version. Possibilities of modern media interpretation	878
<b>Zvereva E.A.</b> Changes in the magazine segment of the domestic media industry in 2022–2023: rebranding of glossy publications	886
<b>Klemenova E.N., Mukha A.V.</b> Compositional and graphic model of the literary and artistic magazine “Don”	902
<b>Bakanov R.P., Nurutdinova K.A.</b> Methods of manipulating public opinion when covering political events by Russian and German’s radio stations	914

## MEDIA COMMUNICATION

<b>Shesterina A.M.</b> On the issue of new media typology	931
<b>Beloedova A.V., Dubrovskaya T.V., Kozhemyakin E.A., Tyazhlov Ya.I.</b> Reception of academic web texts: experimental study	940
<b>Mashaev M.S.-M., Bazanova A.E.</b> Screen communication in the context of the video essay genre	959
<b>Sterlikov D.A.</b> Features of network video content naming	970
<b>Klemenova E.N., Fedoseeva N.I.</b> The role of regional media in urban community development	979
<b>Dyatlova A.E., Ilchenko S.N.</b> Transformation of dialogic genres in the online space: analysis and development prospects	989

## THEORY AND HISTORY OF CULTURE

<b>Pronina L.A., Shcherbak A.S.</b> “Soft power” of the Russian language: cultural aspect	998
<b>Bauder G.A., Polunina L.I.</b> Russian character in symbols and markers of folk ethnicity	1009
<b>Ye Lin, Liu Yitong.</b> Scientific views of R.O. Jacobson in the paradigm of text-linguistics	1017
<b>Sertakova I.N.</b> Mission and vision of modern universities: comparative analysis on the example of the Chinese University of Hong Kong and the University of Tokyo	1026
<b>Articles formatting requirements</b>	1035



НАУЧНАЯ СТАТЬЯ / ORIGINAL ARTICLE

УДК / UDC 81`373

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-720-728>


Шифр научной специальности 5.9.5

## Особенности функционирования онимов в почерке Г.Р. Державина

Антонина Семёновна ЩЕРБАК  , Цзюаньцзюань ГО 

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина»

392000, Российская Федерация, г. Тамбов, ул. Интернациональная, 33

 [ant\\_scherbak@mail.ru](mailto:ant_scherbak@mail.ru)

**Аннотация.** Выявлены особенности функционирования онимов в поэтическом творчестве Г.Р. Державина. На материале первоначального названия стихотворения «Жизнь на Званке» (впоследствии получившего название «Евгению. Жизнь Званская») рассмотрена целесообразность присутствия предлога НА- при топониме Званка и установлена корректность его использования, что находит отражение в современных правилах употребления топонимических словоформ. Обосновано, что словоформы топонима НА Званке, В Петрополь дают представление не только о самом процессе номинации, отражающем связь топонима с денотатом через мотивировочный признак, но и о культуре употребления топонима в контексте как синхронии, так и диахронии. На материале комплексных ономастических знаков, состоящих из антропонима и нарицательного существительного, установлено профилирование признака самодержца: «род деятельности», «оценочная характеристика», «степень известности». Доказано, что функционирование имён собственных в державинском тексте становится смыслообразующим центром и сутью создаваемого образа (населённого пункта), фактора адресации, подразумевающего обращение к адресату (Евгению), эксплицитно выраженному в заголовочном комплексе и в структуре самого текста, что являлось традиционным для жанра посвящения в русской литературе в эпоху Г.Р. Державина.

**Ключевые слова:** поэтический текст, языковая картина мира поэта, Г.Р. Державин, ономастический знак

**Благодарности:** Работа выполнена в рамках гранта на 2023–2025 гг. «Государственная стипендия Китая» № CSC № 202308090014.

**Для цитирования:** Щербак А.С., Го Цзюаньцзюань. Особенности функционирования онимов в почерке Г.Р. Державина // Нефилология. 2023. Т. 9. № 4. С. 720-728. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-720-728>




Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



## Features of the functioning of onyms in the handwriting of G.R. Derzhavin

Antonina S. SHCHERBAK  , Juanjuan GUO 

Derzhavin Tambov State University  
33 Internationalnaya St., Tambov, 392000, Russian Federation  
 [ant\\_scherbak@mail.ru](mailto:ant_scherbak@mail.ru)

**Abstract.** The features of the functioning of onyms in the poetic work of G.R. Derzhavin are revealed. Based on the material of the original title of the poem “Zhizn’ na Zvanke” (later called “Evgeniyu. Zhizn’ Zvanskaya”), the expediency of the presence of the preposition NA- in the toponym Zvanke is considered and the correctness of its use is established, which is reflected in modern rules for the use of toponymic word forms. It is substantiated that the word forms of the toponym NA Zvanke, V Petropol give an idea not only of the nomination process itself, reflecting the connection of the toponym with the denotation through a motivating feature, but also about the culture of using the toponym in the context of both synchrony and diachrony. Based on the material of complex onomastic signs, consisting of an anthroponym and a common noun, the profiling of the autocrat’s attribute is established: “occupation”, “evaluative characteristic”, “degree of fame”. It has been proven that the functioning of proper names in Derzhavin’s text becomes the meaning-forming center and essence of the created image (settlement), the addressing factor, implying an appeal to the addressee (Eugene), explicitly expressed in the heading complex and in the structure of the text itself, which was traditional for the genre dedications in Russian literature in the era of Derzhavin.

**Keywords:** poetic text, linguistic picture of the poet’s world, G.R. Derzhavin, oil sign

**Acknowledgements:** The work is carried out within the framework of a grant for 2023–2025. “China Government Scholarship” no. CSC no. 202308090014.

**For citation:** Shcherbak, A.S., & Guo, Juanjuan. Features of the functioning of onyms in the handwriting of G.R. Derzhavin. *Neofilologiya = Neophilology*, 2023;9(4):720-728. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-720-728>



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



### ВВЕДЕНИЕ

В условиях проявления глобализации, превратившей оппозицию «глобальное – локальное» в квинтэссенцию современной научной парадигмы, и её влияние на языковое и культурное пространство, имена собственные в поэзии Г.Р. Державина могут выступать в качестве основной исследовательской единицы, способной отразить уникальность и самобытность русского поэта, поскольку они не только фиксируют совокупность человеческих знаний в определённую эпоху, но и выступают эффективным инструментом лингвокультурной ценности и руссиеведческого познания. Анализируется первоначальное название стихотворения «Жизнь на Званке» Г.Р. Державина (вошедшее в антологию русских поэтов под названием «Евгений. Жизнь Званская»), в котором при топониме Званка использован предлог НА- вместо В-. При сопоставлении его с топонимом, при котором стоит традиционный предлог В «в Петрополь», доказывается нормированность его использования как в диахронном, так и в синхронном аспектах. Рассмотренные именные словосочетания как единицы ономастических комплексных знаков, которые несут в поэтическом творчестве русского поэта знание об определённых лицах и об отношении поэта к этим лицам, в научной литературе не представлены. Между тем имя

чальное название стихотворения «Жизнь на Званке» Г.Р. Державина (вошедшее в антологию русских поэтов под названием «Евгений. Жизнь Званская»), в котором при топониме Званка использован предлог НА- вместо В-. При сопоставлении его с топонимом, при котором стоит традиционный предлог В «в Петрополь», доказывается нормированность его использования как в диахронном, так и в синхронном аспектах. Рассмотренные именные словосочетания как единицы ономастических комплексных знаков, которые несут в поэтическом творчестве русского поэта знание об определённых лицах и об отношении поэта к этим лицам, в научной литературе не представлены. Между тем имя

лица – антропоним и соседствующее с ним нарицательное существительное в качестве атрибута – позволяет считать, что ономастические комплексные знаки включают не только имена собственные, но и нарицательные существительные в силу того, что имя лица всегда связано с человеческими поступками и поведением, то есть его характеристикой по различным параметрам.

Актуальность исследования обусловлена отсутствием ономастических изысканий на материале поэтического творчества Г.Р. Державина. Цель исследования – выявить особенности функционирования имён собственных (антропонимов и топонима Званка) в стихотворении Г.Р. Державина «Евгению. «Жизнь Званская. Наша задача – акцентировать внимание на феномен имени собственного в почерке русского поэта.

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Выдающийся русский поэт Гавриил Романович Державин, которому в 2023 г. в России отмечается 280-летие со дня рождения, как преобразователь и поэт Тамбовского края, неразрывно связан с её историей, литературной и культурной жизнью (см. подробно [1; 2]). Сегодня без имени Г.Р. Державина невозможно представить не только историю Тамбовского края (с конца 1786 г. по начало 1788 г. служил правителем Тамбовского наместничества), но и отечественную и мировую литературу.

В становлении творческих принципов и поэтической концепции Г.Р. Державина заметную роль играют имена собственные, которые, как и другие самостоятельные лексические единицы, выполняют различные функции (прежде всего – идентифицирующую) и позволяют в державинских произведениях раскрыть «особенности авторского замысла» [3].

Среди самых знаменитых из написанных Г.Р. Державиным в XIX веке стихотворений особое место занимает стихотворение Г.Р. Державина «Евгению. Жизнь Званская», в названии которого используется антропоним Евгений и топоним Званка.

Это стихотворение было опубликовано в 1807 г. в журнале «Вестник Европы» (1807, № 16). Оно обращено к близкому другу поэта, историку и учёному монаху (в то время это был новгородский епископ, позднее митрополит), с которым в последние годы поэт активно переписывался (Евгений жил в монастыре недалеко от Новгорода). До пострижения Евгений носил фамилию Болховитинов, но был известен в литературных кругах по своему монашескому имени.

Первоначально стихотворение имело названия «Жизнь на Званке», «Картины жизни Званской». Позже Гавриил Романович изменил заглавие, включив в него имя друга Евгения, который часто бывал у него в имении Званка, окончательное название – «Евгению. Жизнь Званская».

В форме стихотворного дружеского послания описывается идеал неспешной, мирной жизни вдали от городской светской суеты на лоне природы, представлен образец усадебной дворянской идиллии, размеренная жизнь в усадьбе поэта Г.Р. Державина, – имении Званка, которое находилось в ста сорока верстах к юго-востоку от Петербурга на берегу реки Волхов (село Званка находится на территории современного Трегубовского сельского поселения в Новгородской области РФ). В имении Званка прошли последние годы великого русского поэта, впервые в русской литературе отразившем личность поэта и факты его биографии, одного из последних представителей русского классицизма.

С 1803 г. Гавриил Романович Державин, будучи уже известным государственным деятелем, придворным вельможей, личным поэтом Екатерины II, проводил здесь каждое лето вплоть до 9 июля 1816 г. (дата смерти поэта). Топоним Званка поэт неоднократно воспел в своих стихах, им было написано около 60 стихотворений, в их число входит и стихотворение «Евгению. Жизнь Званская», в котором поэт, обращаясь к Евгению, пишет строки, обращая внимание друга на то, что это он, певец Фелицы», жил в этом имении и предсказал судьбу этого села:

Ты слышал их, и ты, будя твоим пером  
Потомков ото сна, близ севера столицы,

Шепнёшь вслух страннику, в дали как тихий  
гром:

«Здесь бога жил певец, – Фелицы».

...

Разрушится сей дом, засохнет бор и сад,  
Не вспомняется нигде и имя Званки;  
Но сов, сычей из дулл огнезелёный взгляд  
И разве дым сверкнёт с землянки.

В этом стихотворении поэт изобразил то, как он жил в Званке, ту жизнь, которую сам хорошо знал, все дела, занятия и развлечения, которыми был заполнен его досуг как человека, удалившегося от государственной службы на покой (к этому времени он вышел в отставку, в 1797 г.). Главное, что отразил поэт в этом стихотворении – это трансформацию общепринятых норм авторского поведения на размеренную званскую жизнь, а именно: опозитизировал повседневную жизнь человека, утверждая новый тип духовности, на котором будет основываться впоследствии великая русская литература.

Название географической местности *Званка* восходит к гидрониму *Званка*. Топонимы и гидронимы, восходящие к слову «*Званка*», отмечаются достаточно широко на карте России: это название деревни, рабочего посёлка, прежнее название города Волхов и станции Волховстрой I.; название деревни в Киришском районе Ленинградской области, название деревни в Островском районе Псковской области; название деревни в Пестречинском районе Татарстана; название притока реки Валдайки, протекающей в Новгородской и Тверской областях России; название правого реки Лжа (протекает по территориям в Латвии и Псковской области России).

Первоначальное название стихотворения «*Жизнь на Званке*» содержит при топониме предлог *НА*-. Возникает вопрос: почему не использован предлог *В*- – в *Званке*, поскольку в этом же стихотворении отмечается строка с топонимом, при котором стоит традиционный предлог *В*-:

Зачем же в Петрополь на вольну ехать  
страсть?

Лирический герой задаётся вопросом: зачем добровольно обременять себя столичными богатствами и «роскошами»?

Заметим, что *Петрополь* – это название города на реке Неве. Ср.: синонимы: *Санкт-Петербург* (только после смерти Петра I установилась немецкая форма названия – Санкт-Петербург, которая употреблялась вплоть до 1914 г. После начала Первой мировой войны немецкое название было русифицировано словом *Петроград*), *Петербург*, *Питер*, *Ленинград* (с 1991 г. городу на Неве возвратили историческое наименование – Санкт-Петербург).

Возможно ли сравнить что с вольностью  
златой,

С уединением и тишиной на Званке?  
Довольство, здравие, согласие с женой,  
Покой мне нужен – дней в останке.

И сегодня часто задают вопрос: как правильно пишется: «В Кузбассе» или «НА Кузбассе»?

В русском языке есть так называемые «пространственные предлоги» (они указывают место), к их числу относятся и производные предлоги *В*- и *НА*-.

Согласно нормам русского языка, при топонимах предлог *НА*- используется, когда говорят о возвышенной местности, например, на Алтае, на Кавказе, на Урале (имеется в виду горная местность, без точно очерченных границ).

При рассмотрении топонимов с предлогами в таких примерах, как «поехал на Кавказ» и «поехал в Крым», следует учитывать: это закрытая горами местность или открытое пространство?

Предлог *НА* означает «на поверхности». Если речь идёт о равнинных территориях, то единственно верным при топонимах является употребление пространственного предлога *В*-, например, в Тамбове, в Москве, в Донбассе.

Территория Кузбасса расположена в Кемеровской области, выделенной из состава Новосибирской области. Кемеровская область, или Кузбасс. Это субъект Российской Федерации, расположенный на юге Западной Сибири, он входит в состав Сибирского фе-

дерального округа. На территории области находится Кузнецкий угольный бассейн (Кузбасс) – единственная область в России, которая имеет второе официальное название. Таким образом, с административно-географическим наименованием Кузбасс употребляется предлог В-: в Кузбассе.

Следовательно, предлог НА при топонимах употребляется в том случае, если имеется в виду возвышенная местность Ср.: *дом на горе; на Эльбрусе погиб турист; полезные ископаемые добывают на Урале; на Алтай нужно съездить; на Кавказе высокие горы* и т. п.

Как известно, в 1797 г. вторая жена Державина, Дарья Алексеевна Дьякова (помещица, меценат), приобрела имение на Званской горе у своей матери и унаследовала после смерти поэта усадьбу «Званка». Впоследствии по её завещанию здесь был основан Званский женский монастырь.

Поскольку имение находилось на Званской горе, то первоначальное название стихотворения «Жизнь на Званке» и строка из стихотворения вполне соответствовали отражению этнокультурного сознания поэта, которое содержало представление об ономастической специфике употребления топонимов, отражающейся в русском языке в виде так называемого «образа мира»:

Возможно ли сравнить что с вольностью  
златой,  
С уединением и тишиной на Званке?

Иными словами, при использовании словоформы топонима НА ЗВАНКЕ базовым является представление об окружающем ландшафте, которое даёт представление не только о самом процессе номинации, отражающем связь топонима с денотатом через мотивировочный признак, но и о культуре употребления топонима в контексте как синхронии, так и диахронии. «Правильное, научное понимание синхронного состояния и процессов эволюции современного русского языка, исторически обоснованное их объяснение предполагает осведомлённость и достаточно чёткое ориентирование в вопросе о хронологических границах современного русского языка» [4, с. 104].

В процессе понимания стихотворения топоним в сознании читателя соотносится с действительностью, то есть устанавливается связь между системой вербальных средств (отражение словоформы в сознании человека) и «предметного» образа внеязыковой действительности – образа горной местности.

Функционирование имён собственных в державинском стихотворном тексте становится смыслообразующим центром и сутью создаваемого образа (населённого пункта), фактора адресации, подразумевающего обращение к адресату (Евгению), чётко заявленному, эксплицитно выраженному в заголовочном комплексе и в самом тексте, что являлось традиционным для жанра посвящения в русской литературе в эпоху Державина.

Иль нет, Евгений! ты, быв некогда моих  
Свидетель песен здесь...

Особый интерес представляют антропонимы, которые выступают в качестве опознавательного знака – быть комплексными ономастическими знаками, что создаёт ономастический фон и служит стилистическим маркером. Так, в стихотворении «Евгению. Жизнь Званская» упоминаются три русских самодержца, в период правления которых Г.Р. Державин был на государственных постах (наместником сенатором, действительным тайным советником), был членом академии, принимавшим непосредственное участие в составлении и издании первого толкового словаря русского языка.

Речь идёт об антропонимах в статусе исторических источников, которые дают представления об истории России: словосочетания «Павловы дела» (об императоре Павле I), «Славу побед Екатерины» (о российской императрице Екатерине, получившей в истории прозвание Великой) и «Александров век» (об императоре Александре Первом). Ср.:

Победы слава где, лучи Екатерины?  
Где Павловы дела?..

Вид лета красного нам Александров век.



Отметим, что Г.Р. Державин вышел в отставку при императорах Павле I и Александре I. Имена этих самодержцев в именных словосочетаниях связаны с их оценочной характеристикой. В этом случае антропонимы оказываются культурно маркированными в русском сознании единицами (понятие «русский» здесь вненационально, оно относится к людям, имеющим русскую ментальность), представляя собой яркие образцы коннотативных языковых единиц и эффективный способ выражения знания о субъекте и его оценки, так как «эмоциональный, оценочный и стилистический компоненты тесно связаны друг с другом» [5, с. 22].

Л.В. Лаенко и А.Н. Столярова отмечают, что «содержательные единицы в номинациях лица... наиболее частотно репрезентируются в концептуальной структуре сочетаний типа  $A + N$ , где  $A$  – атрибут в форме имени существительного, а  $N$  – имя лица, выраженное существительным-антропонимом в широком понимании этого термина, позволяющего отнести к такой группе единиц не только имена собственные, но и нарицательные» [6, с. 142]. Прослеживается приём соотнесения имени собственного с референтом, характеристики лица по имени, оценки со стороны поэта.

Н.В. Ланге, применительно к топонимам, говорит об «особой ономастичности текстов», о так называемом «коннотативном сознании» [7, с. 332]. Совершенно очевидно, что антропонимы державинского стихотворения отражают особую ономастичность, которая актуализируется в сознании читателя не только как отдельные антропонимические единицы (отдельные слова), но и как ономастические комплексы, в которых, скажем, антропонимы вступают в «сознание» с именами нарицательными.

В.И. Супрун рассматривал понятие «ономастический комплекс» в ином ракурсе. На материале антропонимов учёный рассуждал об антропонимическом комплексе и в качестве приводил последовательность в современной русской трёхчленной формулы обозначения лица – ФИО (фамилия – имя – отчество) [8]. Отметим, что до 1930–1940-х гг. в советской официальной сфере (в паспортных данных и документах) устойчиво ис-

пользовалась обратная последовательность: имя – отчество – фамилия (ИОФ). «В настоящее время для неофициальной сферы характерно сосуществование двух именных формул (ИОФ и ФИО)» [9, с. 74].

При заполнении различного рода документов приводится образец *Иван Иванович Иванов*, для обозначения группы лиц русской национальности, как правило, используются самые частотные фамилии, *Иванов, Петров, Сидоров*, что, в понимании В.И. Супруна, тоже является собой антропонимический комплекс.

В нашем понимании в антропонимический комплекс входят и поэтические именные словосочетания: атрибуты ( $A$ ), выраженные существительными ( $N$ ): *лучи* («лучи Екатерины»), *дела* («Павловы дела»), *век* («Александров век»), которые объединяются с антропонимами в прямом значении для реализации главенствующей функции идентификации, выполненной ономастическими единицами. В этом случае происходит «сознание» компонентов словосочетания, которое в целом выполняет функцию индивидуализации (идентификации) исторических государственных личностей. Такого рода именные словосочетания в авторском контексте являют собой антропонимический комплексный знак, отражающий знание поэта о некоем конкретном историческом лице, а также и об отношении поэта к этому лицу, что в целом передаёт определённую информацию и высвечивает субъективную оценку лица. О.Е. Ратникова подчёркивает, что «в период с 1794 по 1799 г. творчество Державина наполняется субъективно-эмоциональной интонацией» [10, с. 109].

Под ономастическим комплексным знаком в авторском тексте понимается любое имя собственное с атрибутивным компонентом (в данном случае речь идёт об антропонимическом комплексном знаке, поскольку могут выделяться и топонимические комплексные знаки в поэтическом тексте) как вторичный знак, отражающий комплекс языковых и энциклопедических знаний об имени собственном и служащий для организации ономастического знания в человеческом сознании.

Выделяется семантика таких атрибутов, которая профилирует признаки лица, а имен-

но: «род деятельности» (*Павловы дела*), степень протяжённости (*Александров век*), оценочная характеристика (*лучи Екатерины*).

С позиции современной антропоцентрической парадигмы в лингвистике профилирование признаков того или иного лица и развитие картины мира в индивидуальном её понимании приводят к необходимости изучения взаимодействия «мыслительных и языковых единиц, между которыми обнаруживается причинная связь, обусловленная интерпретирующей природой и языка, и сознания...» [11, с. 32]. Механизм профилирования способствует тому, чтобы обнаружить эту причинную связь, сконцентрировать внимание на определённом содержании в составе ономастического комплекса и выделить актуальные характеристики.

Отражение антропонимов в сознании является собой специфическую составляющую метаязыкового сознания, которая формирует ономастическое сознание у любого человека. Поскольку ономастические единицы включены в структуру сознания и мышления, в когнитивной ономастике ономалексемы рассматриваются в качестве «ономастических знаков». Когнитивный подход к изучению ономастических знаков «как концептуальных

сущностей, лежащих в основе функционирования языка, позволяет считать, что имена собственные занимают срединное положение между мышлением и действительностью» [12, с. 275].

Таким образом, использование антропонимов Г.Р. Державиным является маркированным средством для создания экспрессивной образности поэтического стиля и служит для передачи историко-культурных фактов объективной действительности и коннотаций.

## ВЫВОД

Изучение русской языковой картины мира и надстраивающейся над ней русской поэтической картины мира, воплощённой в стихотворениях Г.Р. Державина, открывает новое направление в систематике ономастических комплексных знаков, включающих в себя не только имена собственные, но и нарицательные существительные. Данные ономастические знаки являют собой единицы плана содержания языка, что открывает и новое направление в освещении традиционной топики русской литературы, которое ориентировано на читателя.

## Список источников

1. Мизис Ю.А. Г.Р. Державин – управитель Тамбовского наместничества и его время // «Так в вечность льются дни и годы...». Тамбов: Изд. дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2013. С. 21-30.
2. Полякова Л.В. Г.Р. Державин: к концепции современного прочтения поэтического творчества // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2008. № 7 (63). С. 16-24. <https://elibrary.ru/kuzjel>
3. Ратникова О.Е. Лирика Г.Р. Державина в периодической печати конца XVIII – начала XIX века: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2021. 27 с.
4. Бельчиков А.Ю., Елистратов В.С. Из истории русской лингвистики XX века. Беседы с профессором Ю.А. Бельчиковым. М.: ИПЦ «МАСКА», 2022. 136 с.
5. Чжан Хунин. Культурная маркированность русских и китайских антропонимов: сопоставительный анализ (на материале словарных источников): автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2023. 25 с.
6. Лаенко Л.В., Столярова А.Н. Номинации лица с атрибутивными включениями как средство его концептуализации в англоязычных СМИ // Когнитивные исследования языка. 2017. № 30. С. 142-145. <https://elibrary.ru/zmqgnr>
7. Ланге Н.В. Топонимы Ленинград, Петербург, Питер в романе Д.И. Рубиной «Маньяк Гуревич» // Ономастика Поволжья: материалы 20 Междунар. науч. конф. / сост. и ред. Н.А. Кичикова, В.И. Супрун. Волгоград: Изд-во «ПринТерра-Дизайн», 2021. С. 329-332. <https://elibrary.ru/jgtpja>
8. Супрун В.И. Имена собственные в обобщённом употреблении // Ономастика Поволжья: материалы 18 Междунар. науч. конф.: в 2 т. Кострома: Костромской гос. ун-т, 2020. Т. 1. С. 126-134. <https://doi.org/10.34216/2020-1.onomast.126-134>, <https://elibrary.ru/coqoex>

9. Байбурун А.К. Последовательность элементов именной формулы в русской традиции // Вопросы ономастики. 2019. Т. 16. № 4. С. 74-82. [https://doi.org/10.15826/vopr\\_onom.2019.16.4.045](https://doi.org/10.15826/vopr_onom.2019.16.4.045), <https://elibrary.ru/uqwocg>
10. Ратникова О.Е. Лирическая поэзия Г.Р. Державина в Альманахе М.Н. Карамзина «Аониды» // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: русская филология. 2019. № 1. С. 107-114. <https://doi.org/10.18384/2310-7278-2019-1-107-114>, <https://elibrary.ru/vvmqls>
11. Болдырев Н.Н. Теоретические и методологические основы изучения вторичных структур в языковой картине мира // Когнитивные исследования языка. 2022. № 1 (48). С. 19-79. <https://elibrary.ru/orjokc>
12. Щербак А.С. Мышление – ономастический знак – действительность // Когнитивные исследования языка. Когниция, коммуникация, дискурс: современные аспекты исследования: материалы Всерос. науч. конф. с междунар. участием. Тамбов: Изд. дом «Державинский», 2023. № 3-2 (54). С. 272-276. <https://elibrary.ru/logqlm>

### References

1. Mizis Yu.A. G.R. Derzhavin – upravitel' Tambovskogo namestnichestva i ego vremya [G.R. Derzhavin is the ruler of the Tambov governorship and his time]. *«Tak v vechnost' l'yutsya dni i gody...»* ["So Days and Years Pour into Eternity..."]. Tambov, Derzhavin Tambov State University Publishing House, 2013, pp. 21-30. (In Russ.)
2. Polyakova L.V. G.R. Derzhavin: on the conception of the contemporary reading of the poetry. *Vestnik Tambovskogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki = Tambov University Review: Series Humanities*, 2008, no. 7 (63), pp. 16-23. (In Russ.) <https://elibrary.ru/kuzjel>
3. Ratnikova O.E. *Lirika G.R. Derzhavina v periodicheskoi pechati kontsa 18 – nachala 19 veka: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk* [Lyrics of G.R. Derzhavin in the Periodical Press of the End of 18th – the Beginning of the 19th Century: PhD (Philology) diss. abstr.]. Moscow, 2021, 27 p. (In Russ.)
4. Bel'chikov A.Yu., Elistratov V.S. *Iz istorii russkoi lingvistiki XX veka. Besedy s professorom Yu.A. Bel'chikovym* [From the History of Russian Linguistics of the twentieth Century. Conversations with Professor Yu.A. Bel'chikov]. Moscow, Publishing and Printing Center "MASKA", 2022, 136 p. (In Russ.)
5. Chzhan Khunin, *Kul'turnaya markirovannost' russkikh i kitaiskikh antroponimov: so-postavitel'nyi analiz (na materiale slovarnykh istochnikov): avtoref. dis. ... kand. filol. nauk* [Cultural marking of Russian and Chinese anthroponyms: comparative analysis (on the material of vocabulary sources): PhD (Philology) diss. abstr.]. Moscow, 2023, 25 p. (In Russ.)
6. Laenko L.V., Stolyarova A.N. Person's nominations with attributive elements as a means of its conceptualization in English mass media. *Kognitivnye issledovaniya yazyka = Cognitive Studies of Language*, 2017, no. 30, pp. 142-145. (In Russ.) <https://elibrary.ru/zmqgnr>
7. Lange N.V. Toponymy Leningrad, Peterburg, Piter v romane D.I. Rubinoi «Man'yak Gurevich» [Toponyms Leningrad, Petersburg, Peter in the novel D.I. Rubin "Maniac Gurevich"]. In: Kichikova N.A., Suprun V.I. (compilers and eds.). *Materialy 20 Mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii «Onomastika Povolzh'ya»* [Proceedings of the 20th International Scientific Conference "Onomastics of the Volga Region"]. Volgograd, PrinTerra-Dizain Publ., 2021, pp. 329-332. (In Russ.) <https://elibrary.ru/jgtptja>
8. Suprun V.I. Proper names in general use. *Materialy 18 Mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii «Onomastika Povolzh'ya»: v 2 t.* [Proceedings of the 18th International Scientific Conference "Onomastics of the Volga Region": in 2 vols.]. Kostroma, Kostroma State University Publ., 2020, vol. 1, pp. 126-134. (In Russ.) <https://doi.org/10.34216/2020-1.onomast.126-134>, <https://elibrary.ru/coqoex>
9. Baiburin A.K. Element sequence in the name formula in Russian tradition. *Voprosy onomastiki = Problems of Onomastics*, 2019, vol. 16, no. 4, pp. 74-82. (In Russ.) [https://doi.org/10.15826/vopr\\_onom.2019.16.4.045](https://doi.org/10.15826/vopr_onom.2019.16.4.045), <https://elibrary.ru/uqwocg>
10. Ratnikova O.E. Lyrical poetry of G. Derzhavin in N. Karamzin's almanac "Aonidy". *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya russkaya filologii = Bulletin of Moscow Region State University. Series: Russian Philology*, 2019, no. 1, pp. 107-114. (In Russ.) <https://doi.org/10.18384/2310-7278-2019-1-107-114>, <https://elibrary.ru/vvmqls>
11. Boldyrev N.N. The interpretive function of secondary structures in the linguistic worldview. *Kognitivnye issledovaniya yazyka = Cognitive Studies of Language*, 2022, no. 1 (48), pp. 19-79. (In Russ.) <https://elibrary.ru/orjokc>

12. Shcherbak A.S. Thinking – onomastic sign – reality. *Materialy Vserossiiskoi nauchnoi konferentsii s mezhdunarodnym uchastiem «Kognitivnye issledovaniya yazyka. Kognitsiya, kommunikatsiya, diskurs: sovremennye aspekty issledovaniya»* [Proceedings of the All-Russian Scientific Conference with International Participation “Cognitive Studies of Language. Cognition, communication, discourse: modern aspects of research”]. Tambov, Publishing House “Derzhavinsky”, 2023, no. 3-2 (54), pp. 272-276. (In Russ.) <https://elibrary.ru/logqlm>

#### Информация об авторах

**Щербак Антонина Семеновна**, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры русского языка, Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина, г. Тамбов, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0002-4421-1884>, [ant\\_scherbak@mail.ru](mailto:ant_scherbak@mail.ru)

**Вклад в статью:** анализ фактических данных, написание части текста статьи, корректорская правка, редактирование.

**Го Цзюаньцзюань**, аспирант, кафедра русского языка, Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина, г. Тамбов, Российская Федерация, <https://orcid.org/0009-0001-7698-5622>, [gjuanjuan@mail.ru](mailto:gjuanjuan@mail.ru)

**Вклад в статью:** идея статьи, сбор ономастического материала, анализ фактических данных, написание части текста статьи.

Конфликт интересов отсутствует.

Поступила в редакцию 04.09.2023  
Поступила после рецензирования 06.10.2023  
Принята к публикации 12.10.2023

#### Information about the authors

**Antonina S. Shcherbak**, Dr. habil (Philology), Professor, Professor of Russian Language Department, Derzhavin Tambov State University, Tambov, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0002-4421-1884>, [ant\\_scherbak@mail.ru](mailto:ant_scherbak@mail.ru)

**Contribution:** actual data analysis, part manuscript text drafting, proofreading, editing.

**Juanjuan Guo**, Post-Graduate Student, Russian Language Department, Derzhavin Tambov State University, Tambov, Russian Federation, <https://orcid.org/0009-0001-7698-5622>, [gjuanjuan@mail.ru](mailto:gjuanjuan@mail.ru)

**Contribution:** study idea, onomastic material collection, actual data analysis, part manuscript text drafting.

There is no conflict of interests.

Received September 4, 2023  
Revised October 6, 2023  
Accepted October 12, 2023

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ / ORIGINAL ARTICLE

УДК / UDC 811.161.1'373.222

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-729-739>

Шифр научной специальности 5.9.5

## Внутривидовые омофелисонимы

**Ирина Владимировна ОСТРОВЕРХАЯ** 

ФГАОУ ВО «Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта»

236041, Российская Федерация, г. Калининград, ул. А. Невского, 14

✉ [iostroverkhaya@kantiana.ru](mailto:iostroverkhaya@kantiana.ru)

**Аннотация.** Предпринята попытка восполнения пробела в изучении внутривидовой омонимии в фелисонимии. Исследование нацелено на выявление специфики внутривидовых омофелисонимов на современном синхроническом срезе фелисонимического материала. Эмпирическую базу составили фелисонимы (собственные имена домашних кошек; от латинского *felis* 'кошка'), зафиксированные в ходе опроса респондентов и в результате сплошной выборки из интернет-ресурсов. Анализ исследовательской базы осуществлялся посредством дескриптивного метода с привлечением приёма количественных подсчётов. Сделан вывод о достаточно высокой репрезентативности явления омонимии в фелисонимии, которая проявляется на внутривидовом уровне через наличие многочисленных омоопозиций, образующихся на этапе номинации и включающих омонимичные фелисонимы, обусловленные различными мотивами номинации. Показан незамкнутый характер мотивационной базы внутривидовых омофелисонимов, которая может расширяться за счёт дополнительных мотивов номинации, детерминируемых различного рода предпочтениями и фелисонимическим творчеством номинатора. Выявлена специфика внутривидовых омофелисонимов, заключающаяся в том, что они, являясь фелисонимическим фрагментом языковой картины мира номинатора, эксплицируют в концентрированном виде ономастические особенности фелисонимов в целом, а именно: принципы, лежащие в основе фелисонимической номинации; возможное образование по метафорическим и метонимическим моделям; процессы фелисонимизации; деривационные особенности фелисонимов; разницу между тезоимёнными и омонимичными фелисонимами. Новизна проведённого исследования заключается во введении в научный оборот определённого пласта фелисонимических единиц и представлении их ономастической характеристики. Практическая значимость исследования определяется возможностью использования его материалов и выводов при разработке вопросов зоонимии в целом и фелисонимии в частности, а также в практике школьного и вузовского преподавания. Дальнейшие перспективы состоят в изучении омонимичных сокращений фелисонимов, которые являются производными формами основных собственных имён домашних кошек, составивших эмпирическую базу настоящего исследования.

**Ключевые слова:** фелисоним, фелисонимизация, омоопозиция, мотив номинации, мотивационная база, принцип номинации, процесс номинации, омонимия, тезоимённость

**Для цитирования:** *Островерхая И.В.* Внутривидовые омофелисонимы // Неофилология. 2023. Т. 9. № 4. С. 729-739. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-729-739>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная





## Intraspecific homofelisonyms

Irina V. OSTROVERKHAIA 

Immanuel Kant Baltic Federal University  
14 A. Nevskogo St., Kaliningrad, 236041, Russian Federation  
 [iostroverkhaya@kantiana.ru](mailto:iostroverkhaya@kantiana.ru)

**Abstract.** The work presents an attempt to fill the gap in the study of intraspecific homonymy in felisonymy. The current research is aimed at determining the specifics of intraspecific homofelisonyms on a modern synchronous section of felisonymic material. The empirical base is made up of felisonyms (proper names of domestic cats; from Latin *felis* 'cat') obtained through a survey of respondents and continuous sampling from the Internet resources. A descriptive method and quantitative calculations are used to analyse the research base. Homonymy in felisonymy turns out to be quite a representative phenomenon. It manifests itself at the intraspecific level through numerous homooppositions, formed at the nomination stage, and includes homonymous felisonyms, which are determined by various nomination motives. The non-closed nature of the motivational base of intraspecific homofelisonyms is shown. The motivational base can be expanded due to additional nomination motives determined by the nominator's preferences and felisonymic creativity. The specific features of intraspecific homofelisonyms are revealed. Being a felisonymic fragment of the nominator's linguistic world picture, homofelisonyms represent in a concentrated form the onomastic features of felisonyms in general, namely: the principles underlying the naming process; possible formation by metaphorical and metonymic models; felisonymisation processes; derivational features of felisonyms; the difference between the namesake and homonymous felisonyms. The novelty of the present research appears to be an introduction of a certain layer of felisonymic units into scientific circulation and the presentation of their onomastic characteristics. The practical significance of the research is determined by the possibility of using its materials and conclusions in the development of zoonymy in general and felisonymy in particular, as well as in school and university teaching. Further prospects lie in the study of homonymous shortened felisonyms, which are derivative forms of the main proper names of domestic cats, which formed the empirical base of the current research.

**Keywords:** felisonym, felisonymisation, homoopposition, motive of nomination, motivational base, principle of nomination, process of nomination, homonymy, namesaking

**For citation:** Ostroverkhaia, I.V. Intraspecific homofelisonyms. *Neofilologiya = Neophilology*, 2023;9(4):729-739. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-729-739>



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



### ВВЕДЕНИЕ

Омонимия неизменно входит в круг вопросов, рассматриваемых учёными-ономастами, что подтверждают работы А.А. Бурькина, А.С. Щербак, О.Е. Вороничева, Т.В. Евсюковой и др. [1–4].

Применительно к разным разрядам онимов традиционно изучаются:

- ономастическая межразрядная омонимия (омонимия онимов, соотнесённых с различными областями ономастического пространства): магазин *Янтарь* (эмпороним), быстро *Янтарь* (трапезоним), поезд *Янтарь* (порейоним), сыр *Янтарь* (словесный товарный знак), дворец культуры *Янтарь* (урбаноним), кот *Янтарь* (фелисоним) и др.;
- словарно-ономастическая омонимия имён собственных (онимов) и имён нарица-

тельных (апеллятивов): *Кошка* (гора в Крымских горах) – *кошка* (животное); *Кошка* (река в Краснодарском крае) – *кошка* (животное); *Орёл* (город) – *орёл* (птица); *Мишка* (*Михаил*) – *мишка* (животное) и др.

Анализ библиографического материала показывает, что наряду с вышеперечисленными типами омонимии для омоантропонимов («совпадающих в звучании и написании имён (включая фамилии и отчества) людей» [3, с. 92]) характерна также внутривидовая омонимия, проявляющаяся в наличии имён, «которые образованы от разных производящих основ, в соответствии с чем они имеют принципиально различную семантику» [3, с. 93]: *Георгина* (производное от мужского имени *Георгий*) – *Георгина* (по названию цветка *георгин*); *Рем* (имя с латинским корнем, восходящим к мифониму *Remus* (буквально ‘весло’) – один из братьев основателей Рима) – *Рем* (аббревиатура сочетания *революция мировая*) (примеры О.Е. Вороничева [3]).

На настоящий момент (середина 2023 г.) наименее изученным разрядом в плане омонимии являются омолозоны, несмотря на то, что, как указывает В.И. Супрун, сами зоонимы, как отдельный ономастический разряд, занимают околядерное положение в ономастическом пространстве русского языка [5, с. 6].

В существующих исследованиях по общей зоонимии, рассматривающих зоонимы без разделения на отдельные виды животных, фиксируется внутриразрядная или межвидовая омонимия [6, с. 143; 7, с. 8], проявляющаяся через оппозиции омолозонов, относящихся к различным зоологическим видам животных: кот *Барсик* и пёс *Барсик*; корова *Зорька* и улитка *Зорька*; кошка *Флора* и корова *Флора*; кошка *Чернушка* и курица *Чернушка* (примеры М.В. Бобровой и Ю.Ю. Посохиной [6]). Кроме того, М.Ю. Беляева, изучая экспрессивное формообразование зоонимов Краснодарского края, обнаруживает характерное обновление устоявшихся форм зоонимов путём ремотивации (переосмысления их внутренней формы, утраченной для большинства собственных имён животных) и расширение состава производящих основ [8,

с. 77-79], что приводит к внутривидовой омонимии зоонимов, например: пёс *Карл* (трансонимизация антропонима) – пудель *Карл* (от *карликовый*); собака *Клава* (трансонимизация антропонима) – собака *Клава* (от жаргонного *клава* ‘клавиатура’<sup>1</sup>).

Е.Н. Варникова справедливо подчёркивает, что «описания зоонимов наиболее целесообразны по видам, поскольку каждый зоонимический вид имеет специфические структурно-семантические модели» [9, с. 165]. Однако до сих пор отсутствуют работы, посвящённые рассмотрению омолозонов какого-либо одного отдельного вида.

Настоящее исследование призвано восполнить пробел в изучении внутривидовой омонимии собственных имён домашних кошек. В существующих сегодня исследованиях по зоонимии встречаются два термина, обозначающие собственное имя домашней кошки – термин «фелисоним» (М.Ю. Беляева и Л.И. Сартаева [10], И.В. Островерхая [11]) и термин «фелиноним» (Е.Н. Варникова [12], М.В. Боброва [7]). В данном исследовании используется термин «фелисоним» (от латинского *felis* ‘кошка’), соотносящийся с латинским названием *Felis*, обозначающим представителей рода Кошек, к которому принадлежит домашняя кошка *Felis catus*, тогда как термин «фелиноним» (от латинского *felinus* ‘кошачий’) восходит к латинскому названию *Felinae*, обозначающему представителей подсемейства Малых кошек, к которому наряду с домашними кошками относятся также гепарды, каракалы, мраморные кошки, катопумы, южноамериканские и азиатские кошки, сервалы, рыси, манулы, пумы, ягуарунди. На наш взгляд, данные термины находятся в гиперо-гипонимических отношениях, в связи с чем обоснованно использовать термин «фелисоним» в работе, посвящённой исключительно собственным именам домашних кошек.

Домашние кошки, как известно, являются не только классическими животными-компаньонами человека, но и становятся для

<sup>1</sup> Клава // Словарь современной лексики, жаргона и сленга. URL: <https://dic.academic.ru/searchall.php?SWord=клава&from=ru&to=xx&did=ogegova&stype=> (дата обращения: 09.07.2023).

многих людей полноправными членами семьи, активно влияя на эмоционально-психологическое состояние окружающих. В контексте сказанного изучение омофелисонимов на внутривидовом уровне может способствовать изучению ономастического (зоонимического, фелисонимического) фрагмента картины мира человека, отражающего результаты его психической рефлексии от взаимодействия с окружающей средой и выявляющего его приоритеты в процессе номинации представителей животного мира [13, с. 251], а именно домашних кошек.

Цель настоящего исследования заключается в изучении специфики омонимичных фелисонимов на внутривидовом уровне. Для достижения заявленной цели необходимо выявить оппозиции (ряды) омонимичных фелисонимов и рассмотреть их ономастические особенности.

## МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Эмпирическую базу настоящего исследования составили 4915 фелисонимов, зафиксированных в ходе опроса 236 респондентов (студентов и преподавателей Балтийского федерального университета им. Иммануила Канта, г. Калининград), а также в процессе сплошной выборки из интернет-ресурсов (CATS-портала [mau.ru](http://mau.ru), группы «Жирен и красив» и группы «Кот растёт» в социальной сети ВКонтакте). В эмпирическую базу включены только так называемые народные фелисонимы, созданные самими владельцами домашних кошек. Клубные клички, которые присваиваются породистым животным с учётом требований питомников и фиксируются в племенных документах, остаются за рамками настоящего исследования.

Опрос респондентов проводился с помощью авторской анкеты, включающей вопросы, ориентированные на сбор собственных имён кошек, проживающих в семьях респондентов, семьях их родственников, друзей и знакомых, а также вопросы, направленные на выяснение мотивов номинации. В разделе «Результаты исследования» при необходимости сопровождения иллюстративного материала мотивационными коммента-

риями респондентов они приводятся в скобках и заключаются в кавычки.

Обработка и анализ результатов проведённого исследования осуществлялись посредством дескриптивного метода с использованием приёма количественного анализа полученных данных.

Собранная исследовательская база фелисонимических единиц не является региональной ономастической микросистемой, поскольку, в силу академической мобильности, доля респондентов, постоянно проживающих в Калининграде и Калининградской области, составила лишь 57 % от общего числа респондентов (135 человек), тогда как 43 % респондентов (101 человек) являются представителями 47 российских городов и 8 зарубежных стран (Азербайджан, Казахстан, Латвия, Молдова, Португалия, Таджикистан, Узбекистан, Южная Корея). Подписчики интернет-ресурсов, с которых осуществлялась выборка эмпирического материала, также являются представителями широкой общероссийской аудитории. Приведённые показатели дают основание квалифицировать собранный массив собственных имён домашних кошек как синхронический срез современного фелисонимикона.

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В ходе проведённого анализа 4915 фелисонимов, использующихся в качестве основных собственных имён домашних кошек (без учёта их многочисленных производных форм), были выявлены оппозиции омонимичных фелисонимов, имеющих разную мотивационную базу. В данном отношении фелисонимы аналогичны омонимичным личным именам (антропонимам), имеющим «различное происхождение в данном языке и различный смысл»<sup>2</sup>. **Омонимичные оппозиции омофелисонимов** возникают на этапе номинации в тот момент, когда номинатор присваивает имя своему питомцу, руководствуясь тем или иным мотивом, представляющим собой «результат постижения цело-

<sup>2</sup> Подольская Н.В. Словарь русской ономастической терминологии. М.: Наука, 1988. С. 91.

веком явлений реального мира и их интерпретацию языковым сознанием» [14, с. 46].

Внутривидовые омофелисонимы отличаются достаточно высокой частотностью: они представлены 192 омоопозициями собственных имён домашних кошек, насчитывающими 1368 онимов, что составляет 27,83 % от общего количества фелисонимов, находящихся в исследовательском корпусе. В зависимости от количества реализуемых мотивов в эмпирической базе настоящего исследования выявленные омоопозиции подразделяются на:

– пятичленные омоопозиции (представлены 6 омоопозициями, что составляет 3 % от общего количества выявленных омоопозиций), например: *Белка* (производное от *белая* – «имя дано по цвету шерсти») – *Белка* («по сходству окраса шерсти с окрасом рыжей кустарниковой белки») – *Белка* («в честь предыдущей кошки») – *Белка* (по вкусовым предпочтениям кошки – «по сходству с белкой кошка питает нежные чувства к орехам») – *Белка* (производное от *Изабелла*); *Феликс* (мужское имя) – *Феликс* («в честь дедушки») – *Феликс* («в честь антропоморфного кота из мультфильма «Кот Феликс») – *Феликс* («в честь персонажа компьютерной игры “Felix the Cat”») – *Феликс* («по внешнему сходству с котом, который изображён на пачке кошачьего корма “Felix”») и др.;

– четырёхчленные омоопозиции (представлены 23 омоопозициями, что составляет 12 % от общего количества выявленных омоопозиций), например: *Марс* («агрессивный кот, в честь римского бога войны») – *Марс* («рыжий кот в честь красной планеты Марса») – *Марс* (усечённое имя от *Марсель*) – *Марс* («по сходству окраса шерсти кота с цветом шоколадного батончика “Марс (Mars)”, сочетающего цвета нуги, карамели и молочного шоколада»); *Милка* (производное от *милая* – «милая кошка») – *Милка* («белая кошка, имя от английского *milk* ‘молоко’») – *Милка* («кошка, которая дарит положительные эмоции как шоколадка “Milka”») – *Милка* (производное от *Людмила*) и др.;

– трёхчленные омоопозиции (представлены 46 омоопозициями, что составляет

24 % от общего количества выявленных омоопозиций), например: *Ириска* («по сходству окраса шерсти кошки с цветом конфеты ириски») – *Ириска* («чёрно-белая кошка, похожа на кошку, изображённую на обёртке от конфет «Кис-кис») – *Ириска* (производное от *Ирина* (*Иришка* – *Ириска*) – «имя образовано от имени хозяйки кошки»); *Каспер* (по белому цвету шерсти и большому размеру головы – «белый кот с большой головой назван в честь дружелюбного приведения Каспера из мультсериала «Каспер») – *Каспер* (кот компьютерщика – «от названия антивирусной программы «Лаборатория Касперского») – *Каспер* (кот хоккейного болельщика – «в честь хоккеиста Дарюса Каспарайтиса») и др.;

– двухчленные омоопозиции (представлены 117 омоопозициями, что составляет 61 % от общего количества выявленных омоопозиций), например: *Дизель* (метонимическое имя – «найденный на улице кот жутко вонял дизельным маслом») – *Дизель* («в честь киноактёра Вин Дизеля»); *Клёпка* («крохотная кошка как клёпка») – *Клёпка* (имя по месту находки кошки – «кошку нашли в селе Клёпка Ольского района Магаданской области»); *Майя* («родилась в мае») – *Майя* (по сходству внешнего вида кошки с мультипликационным персонажем – «у неё один бочок в чёрно-жёлтую полоску как у пчёлки Майи из сериала «Приключения пчёлки Майи») и др.

Наличие многочисленных омоопозиций даёт основание для выдвижения тезиса о незамкнутости мотивационной базы омофелисонимов. В пользу данного тезиса также свидетельствуют мотивы номинации, зафиксированные в работах других авторов, занимающихся изучением зоонимов. Например, в исследовании М.В. Бобровой [7] представлены дополнительные мотивы для фелисонимов *Борис* и *Кана*, которые дополняют омоопозиции, выявленные на основе эмпирического материала, собранного для проведения настоящего исследования:

– мотив номинации фелисонима *Борис* («совпадает по форме с антропонимом, но мотивирован глаголом *бороться*: Очень часто “борется” с другими котами» [7, с. 8]) дополняет набор мотивов, представленных в



картотеке настоящего исследования: *Борис* (мужское имя) – *Борис* («в честь кота Бориса, рекламирующего корм «Китекэт») – *Борис* («выбирая имя коту, вдохновились мемом «Секрет энергии кота Бориса») – *Борис* («в честь героя по имени Борис Животное из фильма «Люди в чёрном 3») – *Борис* («в честь Бориса Ельцина»);

– мотив номинации фелисонима *Капа* («кличка кошки, по ассоциациям с персонажем мультсериала «Лунтик» – пчелой Бабой Капой» [7, с. 10]) дополняет зафиксированный набор мотивов: *Капа* (от *капелька* – «крохотная кошка-капелька») – *Капа* (от *компьютер* – «персональная, намониторная кошка») – *Капа* (производное от *Капитолина*).

В работе М.В. Бобровой и Ю.Ю. Посохиной, посвящённой исследованию зоонимов Троельжанского сельского поселения Кунгурского района Пермского края, зафиксирован дополнительный мотив для фелисонима *Муха* («кошка, которая часто сидит на подоконнике и ловит мух» [15, с. 20]), который расширяет текущий набор мотивов: *Муха* («в честь кошки, которая была у хозяйки в детстве») – *Муха* («за скорость передвижения, быстрая как муха») – *Муха* («от слова *мушка* из-за пятнышка около носика, она наша кокетка и аристократка»).

Таким образом, представленный выше и зависящий от количества мотивов набор омоопозиций не является исчерпывающим. При реализации дополнительных мотивов омоопозиции могут расширяться и включать дополнительное количество членов. Предельное количество возможных мотивов практически ничем не лимитировано, а определяется исключительно предпочтениями и фелисонимическим творчеством имядателя.

**Специфика омофелисонимов**, на наш взгляд, заключается в том, что они, отражая фелисонимический фрагмент языковой картины мира номинатора, эксплицируют в концентрированном виде типологические особенности, свойственные фелисонимическим единицам в целом.

Во-первых, с их помощью отчётливо определяются основные принципы, лежащие в основе фелисонимической номинации, которыми являются:

– идентифицирующий (дескриптивный, характеризующий) принцип, обуславливающий образование имени, которое напрямую или опосредованно указывает на какие-либо особенности денотата (отличительные черты внешности, характера, поведения, породы, время рождения, историю попадания питомца в семью и др.): *Ли́за* (от глагола *лизать* – «будучи котёнком, кошка лизала всем руки»); *Маркус* (от *кусать* – «кот, который постоянно кусается») – *Маркус* (имя на основе паронимии, образованное по звуковому сходству со словом *мрак* – «мрачный кот чёрного цвета»); *Персик* («рыжий кот по ассоциации с цветом персика») – *Персик* (по качеству шерсти – «приятный на ощупь, как кожура персика») – *Персик* (изменённое от *персидский* – «кот персидской породы») и др.;

– символический принцип, связанный с индивидуальными предпочтениями номинатора, относящимися к разным сферам внеязыковой действительности: *Ли́за* («в честь героини повести Н.М. Карамзина «Бедная Ли́за»); *Маркус* (кот футбольного болельщика – «в честь футболиста Маркуса Рашфорда») – *Маркус* (кот историка – «в честь римского императора Марка Аврелия»); *Персик* («в честь пса Персика, именем которого летсплейщик по игре “Minecraft” Лололошка (MrLololoshka, Роман Фильченков) называет всех собак в компьютерных играх») и др.

Во-вторых, омоопозиции, зафиксированные в ходе настоящего исследования, демонстрируют, что в основе создания многих фелисонимов лежит сравнение, как способ познания действительности. Показательны примеры омоопозиций, в которых фелисонимы созданы по различным метафорическим и метонимическим моделям, основанным на разного рода ассоциациях, например: *Веник* (метафорическое имя – «он белый и вечно собирает пыль, подобно венику») – *Веник* (метонимическое имя – «кот сидел на венике у входа в дом и жалобно клячил еду, за что и получил имя»); *Пончик* (метафорическое имя – «по сходству с цветом и формой пончика») – *Пончик* (метонимическое имя – «кот родился на складе кондитерского цеха по изготовлению пончиков»); *Шнурок* (метафорическое имя – «худенький котёнок



по сходству со шнурком – когда вырастешь, будешь верёвкой, потом шнуром, а потом и канатом») – *Шнурок* (метонимическое имя – «кошка играла со всеми шнурками в доме, ни один шнурок с обуви не оставался без её внимания») и др.

В-третьих, проведённый анализ наглядно показывает, что омоопозиции аккумулируют различные процессы фелисонимизации (образования фелисонимов), к которым относятся онимизация апеллятива (первичная ономастическая номинация) и трансонимизация онима (вторичная ономастическая номинация), например: *Соня* (онимизация апеллятива *соня* – «тот, кто любит спать, много спит»<sup>3</sup>) – *Соня* (межразрядная трансонимизация антропонима *Соня*) – *Соня* (внутриразрядная или межвидовая трансонимизация кинонима *Соня* – «в честь бывшей собаки») – *Соня* (внутривидовая трансонимизация фелисонима *Соня* – «в честь предыдущей кошки») – *Соня* (межразрядная трансонимизация антропопозитива – «в честь Сони Мармеладовой, персонажа романа Ф.М. Достоевского «Преступление и наказание»); *Шкода* (онимизация апеллятива *шкода* – «баловство, озорство, приносящее вред»<sup>4</sup>) – *Шкода* (межразрядная трансонимизация прагматонима *Шкода* – «марка автомобиля»); *Амур* (межразрядная трансонимизация потамонима *Амур* – «река на Дальнем Востоке в Восточной Азии») – *Амур* (межразрядная трансонимизация теонима *Амур* – «бог любви в римской мифологии») и др.

В-четвёртых, в процессе фелисонимизации зачастую происходит деривационное изменение существующего апеллятива или онима, либо создание нового онима, поэтому словообразовательный анализ фелисонимов, образующих омоопозиции, позволяет проследить деривационные особенности фелисонимов, являющиеся проявлением ономастического творчества имядателей. Проиллюстрируем зафиксированные деривацион-

ные особенности на примере отдельных фелисонимов, входящих в соответствующие омоопозиции. Выявленные деривационные особенности включают такие способы, как:

- добавление диминутивного форманта: *Жорик* (*жор* + *-ик*), *Снежок* (*снег* + *-ок*), *Снежик* (*снег* + *-ик*), *Тучка* (*туча* + *-к* + флексия);

- конечное усечение с добавлением диминутивного форманта: *Милка* (от *милая* + *-к* + флексия), *Персик* (от *персидский* + *-ик* – «кот персидской породы»), *Рыжик* (от *рыжий* + *-ик*), *Тайка* (от *тайский* + *-к* + флексия – «кот тайской породы»), *Тайка* (от *Тайланд* + *-к* + флексия);

- начальное усечение: *Соба* (от *особа*), *Тина* (от *Валентина*), *Тяпа* (от *растяпа*), *Чип* (от *микрочип*);

- конечное усечение: *Каспер* (от *Касперский*), *Марс* (от *Марселин*), *Симка* (от *сим-карта*);

- конечное усечение с образованием маскулинного онима: *Маля* (от *мальчик*), *Филля* (от *филин* – «похож на филина»);

- конечное усечение с образованием феминного онима: *Капа* (от *капелька* – «крохотная кошка-капелька»), *Маля* (от *маленькая*), *Пухля* (от *пухляк*);

- начальное наращение с конечным усечением: *Маркус* (от *кусать*);

- образование феминного онима: *Кошмара* (от *кошмар*);

- словосложение: *Котлета* (от выражения *кот лета* – «кошка найдена летом»);

- словосложение с усечением: *Компот* (от *компьютерный кот* – «это КОМПЮтерный КОТ, любит возиться с компьютерными проводами, прыгать за курсором, греться на мониторе и играть с компьютерной мышкой»);

- словосложение с аббревиированием и усечением: *Фима* (*Фёдоров Игорь* + *мама*);

- образование гибридного имени из транслитерированного на русский язык английского апеллятива с добавлением русского ономастического форманта: *Фишка* (от английского *fish* '*рыба*' + русский суффикс *-к* + флексия – «кошка любит рыбу»);

- образование гибридного имени из транслитерированного на русский язык английского апеллятива с добавлением русской

<sup>3</sup> Большой академический словарь русского языка. Москва; Санкт-Петербург: Изд-во «Наука», 2021. Т. 27. С. 31.

<sup>4</sup> Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. 4-е изд., доп. М.: ООО «А ТЕМП», 2006. С. 897.

феминной флексии: *Милка* (от английского *milk* 'молоко' + флексия – «кошка с белой шерстью»);

– образование гибридного имени из транслитерированного на русский язык элемента английского апеллятива с добавлением русской финали: *Клопа* (от английского *cloud* 'облако' + финаль от *Кнопа* – «миниатюрная кошка бело-серо-дымчатого окраса»).

В-пятых, выявленные оппозиции внутривидовых омофелисонимов позволяют проследить разницу между тезоимённостью и омонимией фелисонимов. Так, например, двухчленная омооппозиция фелисонима *Бегемот* насчитывает 12 тезоимённых онимов, обусловленных двумя мотивами, из которых восемь котов названы именем *Бегемот* в честь чёрного кота-оборотня *Бегемота*, персонажа романа М.А. Булгакова «Мастер и Маргарита», а четыре кота названы именем *Бегемот* по сходству внешнего вида кота с формой тела животного бегемота. Данные восемь фелисонимов по отношению друг к другу являются тезоимёнными, но не являются омонимичными. При этом они являются тезоимёнными и омонимичными по отношению к четырём фелисонимам *Бегемот*, имеющим другую мотивационную базу. В свою очередь, указанные четыре фелисонима по отношению друг к другу являются тезоимёнными, но не являются омонимичными, тогда как по отношению к фелисонимам, присвоенным восьми чёрным вышеуказанным котам, они тезоимённые и омонимичны. Таким образом, все одинаково звучащие фелисонимы являются тезоимёнными, но не являются обязательно омонимичными. И наоборот, все омонимичные фелисонимы являются тезоимёнными. Вскрыть омонимию тезоимённых фелисонимов позволяет только анализ мотивов, лежащих в основе их номинации.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Итак, проведённое исследование позволяет прийти к заключению о достаточно высокой репрезентативности явления омонимии в фелисонимии и сделать определённые выводы:

– внутривидовые омонимичные фелисонимы образуются в момент присвоения денотату собственного имени, обусловленного тем или иным мотивом номинации;

– омофелисонимы, имеющие различную мотивационную базу, образуют внутривидовые омооппозиции;

– мотивационная база внутривидовых омофелисонимов не является замкнутой и может пополняться за счёт реализации дополнительных мотивов номинации;

– мотивы номинации, лежащие в основе образования омофелисонимов, определяются предпочтениями и фелисонимическим творчеством номинатора;

– специфика омофелисонимов заключается в том, что они, являясь фелисонимическим фрагментом языковой картины мира номинатора, эксплицируют в концентрированном виде ономастические особенности фелисонимов в целом, а именно: принципы, лежащие в основе фелисонимической номинации (идентифицирующий и символический); возможное образование по метафорическим и метонимическим моделям; процессы фелисонимизации (онимизация апеллятива, междразрядная трансонимизация онима, внутривидовая трансонимизация онима, внутривидовая трансонимизация фелисонима); деривационные особенности фелисонимов; разницу между тезоимёнными и омонимичными фелисонимами.

Новизна проведённого исследования заключается во введении в научный оборот определённого пласта фелисонимических единиц и представлении их ономастической характеристики.

Теоретическое значение предпринятого исследования определяется комплексным рассмотрением омофелисонимов, что способствует выявлению типологических особенностей фелисонимических единиц на современном синхроническом срезе.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования его материалов и выводов при дальнейшей разработке вопросов зоонимии в целом и фелисонимии в частности, а также в вузовских спецкурсах по ономастике и в практике школьного преподавания.

Перспектива дальнейшего изучения явления омонимии в фелисонимии состоит, на наш взгляд, в рассмотрении омонимичных сокращений фелисонимов, которые являются

производными формами основных собственных имён домашних кошек, составивших эмпирическую базу настоящего исследования.

#### Список источников

1. Бурыкин А.А. Проблемы полисемии и омонимии в ономастике // Ономастика и общество: язык и культура: материалы Первой Всерос. науч. конф. / отв. ред. А.С. Щербак. Тамбов: Изд. дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2010. С. 25-35. <https://elibrary.ru/vdmuhl>
2. Щербак А.С. Процессы номинации в русском урбанонимиконе // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2015. № 10 (150). С. 194-199. <https://doi.org/10.20310/1810-0201-2015-20-10-194-199>, <https://elibrary.ru/vbxuld>
3. Вороничев О.Е. О многозначности и омонимии имён собственных // Начальная школа плюс До и После. 2012. № 6. С. 90-94. <https://elibrary.ru/paawzh>
4. Евсюкова Т.В. Проблема омонимии имён собственных и имён нарицательных в речевых наименованиях // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2017. № 132. С. 892-905. <https://doi.org/10.21515/1990-4665-132-070>, <https://elibrary.ru/zttawj>
5. Супрун В.И. Ономастическое поле русского языка и его художественно-эстетический потенциал: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Волгоград, 2000. 76 с. <https://elibrary.ru/qdwqtd>
6. Боброва М.В., Посохина Ю.Ю. Зоонимы Троельжанского сельского поселения Пермского края: производящая лексика // Филология в XXI веке. 2020. № 2 (6). С. 141-148. <https://elibrary.ru/mtftqr>
7. Боброва М.В. Современный сельский зоонимикон в деривационном аспекте (на материале зоонимов одного куста деревень) // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2021. Т. 13. № 2. С. 5-13. <https://doi.org/10.17072/2073-6681-2021-2-5-13>, <https://elibrary.ru/lepakx>
8. Беляева М.Ю. Региональный зоонимикон: функциональные свойства языка в зоонимии Краснодарского края // Педагогический вуз в социокультурном и образовательном пространстве региона: сб. науч. тр. регион. науч.-практ. конф., посвящ. 25-летию фил. Кубанского государственного университета в г. Славянске-на-Кубани: в 2 т. / отв. ред. М.Ю. Беляева. Славянск-на-Кубани: Фил. ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный университет» в г. Славянске-на-Кубани, 2020. Т. 1. С. 73-80. <https://elibrary.ru/yhensx>
9. Варникова Е.Н. Проблемы зоонимики // Теория и практика ономастических и дериватологических исследований. Майкоп: Изд-во «Магарин Олег Григорьевич», 2017. С. 163-168. <https://elibrary.ru/xyjklj>
10. Беляева М.Ю., Сартаяева Л.И. Антропоним «Пётр» в ономастиконе Кубани: реализация морфодеривационных потенциалов // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2022. Т. 15. № 2. С. 396-401. <https://doi.org/10.30853/phil20220083>, <https://elibrary.ru/kixqva>
11. Островерхая И.В. Метафорические фелисонимы, мотивированные цветовым признаком // Филологический аспект. 2023. № 5 (97). С. 14-19. <https://elibrary.ru/dinrvi>
12. Варникова Е.Н. Типологические особенности русских кличек кошек // Ономастика Поволжья: материалы 19 Междунар. науч. конф., посвящ. 220-летию со дня рождения лексикографа, собирателя фольклора и русского писателя В.И. Даля / под науч. ред. В.И. Супрун, Е.Н. Бекасовой. Оренбург: Изд-во «Оренбургская книга», 2021. С. 229-232. <https://elibrary.ru/yvzaxk>
13. Федотова Т.В. Мотивационные характеристики в зоонимии как элемент языковой картины мира номинатора // Ономастика Поволжья: материалы 20 Междунар. науч. конф. / сост. Н.А. Кичикова, В.И. Супрун. Волгоград: ПринТерра-Дизайн, 2022. С. 250-253. <https://elibrary.ru/ccqjha>
14. Щербак А.С., Казанкова А.А. Лексические группировки слов: взаимоотношение языковой и ономастической картины мира // Неофилология. 2017. Т. 3. № 4 (12). С. 42-49. <https://elibrary.ru/zxhibf>
15. Боброва М.В., Посохина Ю.Ю. Зоонимы Троельжанского сельского поселения Пермского края: мотивационные особенности фелисонимов // Филология в XXI веке. 2022. № 2 (10). С. 18-26. <https://elibrary.ru/aaykos>

## References

1. Burykin A.A. Problemy polisemii i omonimii v onomastike [Problems of polysemy and homonymy in onomastics]. In: Shcherbak A.S. (executive ed.). *Materialy Pervoi Vserossiiskoi nauchnoi konferentsii «Onomastika i obshchestvo: yazyk i kul'tura»* [Proceedings of the First All-Russian Scientific Conference "Onomastics and Society: Language and Culture"]. Tambov, Publishing House of Tambov State University named after G.R. Derzhavin, 2010, pp. 25-35. (In Russ.) <https://elibrary.ru/vdmuhl>
2. Shcherbak A.S. The processes of nomination in Russian urbanonymicon. *Vestnik Tambovskogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki = Tambov University Review: Series Humanities*, 2015, no. 10 (150), pp. 194-199. (In Russ.) <https://doi.org/10.20310/1810-0201-2015-20-10-194-199>, <https://elibrary.ru/vbxuld>
3. Voronichev O.E. Relating to polysemantics and homonymy of proper nouns. *Nachal'naya shkola plyus Do i Posle* [Elementary School Plus Before and After], 2012, no. 6, pp. 90-94. (In Russ.) <https://elibrary.ru/paawzh>
4. Evsyukova T.V. The problem of homonymy of proper nouns and common nouns in individual speech nominations. *Politematicheskii setevoi elektronnyi nauchnyi zhurnal Kubanskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta = Polythematic Online Scientific Journal of Kuban State Agrarian University*, 2017, no. 132, pp. 892-905. (In Russ.) <https://doi.org/10.21515/1990-4665-132-070>, <https://elibrary.ru/zttawj>
5. Suprun V.I. *Onomasticheskoe pole russkogo yazyka i ego khudozhestvenno-esteticheskii potentsial: avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk* [Onomastic Field of the Russian Language and its Artistic and Aesthetic Potential. Dr. habil. (Philology) diss. abstr.]. Volgograd, 2000, 76 p. (In Russ.)
6. Bobrova M.V., Posokhina Yu.Yu. Zoonyms of Troelga rural settlement, Perm region: producing vocabulary. *Filologiya v XXI veke = Philology in the 21st Century*, 2020, no. 2 (6), pp. 141-148. (In Russ.) <https://elibrary.ru/mtftqr>
7. Bobrova M.V. Contemporary rural zoonymicon in the derivational aspect (on the material of zoonyms of one group of villages). *Vestnik Permskogo universiteta. Rossiiskaya i zarubezhnaya filologiya = Perm University Herald. Russian and Foreign Philology*, 2021, vol. 13, no. 2, pp. 5-13. <https://doi.org/10.17072/2073-6681-2021-2-5-13>, <https://elibrary.ru/lepakx>
8. Belyaeva M.Yu. Regional'nyi zoonimikon: funktsional'nye svoistva yazyka v zoonimii Krasnodarskogo kraia [Regional zoonimicon: functional properties of language in the zoonymy of Krasnodar Krai]. In: Belyaeva M.Yu. (executive ed.). *Sbornik nauchnykh trudov regional'noi nauchno-prakticheskoi konferentsii, posvyashchennoi 25-letiyu filiala Kubanskogo gosudarstvennogo universiteta v g. Slavyansk-na-Kubani «Pedagogicheskii vuz v sotsiokul'turnom i obrazovatel'nom prostranstve regiona»: v 2 t.* [Collection of Scientific Papers of the Regional Scientific-Practical Conference Dedicated to the 25th Anniversary of the Branch of Kuban State University in Slavyansk-on-Kuban "Pedagogical University in the Socio-Cultural and Educational Space of the Region": in 2 vols.]. Slavyansk-na-Kubani, The Branch of Kuban State University in the town of Slavyansk-on-Kuban Publ., 2020, vol. 1, pp. 73-80. (In Russ.) <https://elibrary.ru/yhensx>
9. Varnikova E.N. Problemy zoonimiki [Problems of zoonymy]. *Teoriya i praktika onomasticheskikh i derivatologicheskikh issledovaniy* [Theory and Practice of Onomastic and Derivatological Research]. Maykop, Oleg G. Magarin Publ., 2017, pp. 163-168. (In Russ.) <https://elibrary.ru/xyjklj>
10. Belyaeva M.Yu., Sartaeva L.I. Anthroponym Përp in Kuban onomasticon: realization of morphoderivative potentialities. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki = Philology. Theory & Practice*, 2022, vol. 15, no. 2, pp. 396-401. (In Russ.) <https://doi.org/10.30853/phil20220083>, <https://elibrary.ru/kixqva>
11. Ostroverkhaya I.V. Metaphorical colour-motivated felisonyms. *Filologicheskii aspekt* [Philological Aspect], 2023, no. 5 (97), pp. 14-19. <https://elibrary.ru/dinrvi>
12. Varnikova E.N. Tipologicheskie osobennosti russkikh klichek koshek [Typological peculiarities of Russian cat names]. In: Suprun V.I., Bekasova E.N. (academ. ed.). *Materialy 19 Mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii, posvyashchennoi 220-letiyu so dnya rozhdeniya leksikografa, sobiratelya fol'klora i russkogo pisatelya V.I. Dal'ya «Onomastika Povolzh'ya»* [Proceedings of the 19th International Scientific Conference Dedicated to the 220th Anniversary of the Birth of the Lexicographer, Collector of Folklore and Russian Writer V.I. Dal "Onomastics of the Volga Region"]. Orenburg, Orenburg Book Publ., 2021, pp. 229-232. (In Russ.) <https://elibrary.ru/yvzaxk>
13. Fedotova T.V. Motivatsionnye kharakteristiki v zoonimii kak element yazykovoi kartiny mira nominatora [Motivational characteristics in zoonymy as an element of the nominator's linguistic picture of the world]. In: Kichikova N.A., Suprun V.I. (ed.-compiler). *Materialy 20 Mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii*

- «*Onomastika Povolzh'ya*» [Proceedings of the 20th International Scientific Conference “Onomastics of the Volga Region”]. Volgograd, PrinTerra-Design Publ., 2022, pp. 250-253. (In Russ.) <https://elibrary.ru/ccqjha>
14. Shcherbak A.S., Kazankova A.A. Lexical classifications of words: relations of linguistic and onomastic world views. *Neofilologiya = Neophilology*, 2017, vol. 3, no. 4 (12), pp. 42-49. (In Russ.) <https://elibrary.ru/zxhibf>
  15. Bobrova M.V., Posokhina Yu.Yu. Zoonyms of the Troel'ga rural settlement of the Perm krai: motivational features of felinonyms. *Filologiya v XXI veke = Philology in the 21st Century*, 2022, no. 2 (10), pp. 18-26. (In Russ.) <https://elibrary.ru/ayykos>

#### Информация об авторе

**Островерхая Ирина Владимировна**, кандидат филологических наук, доцент Ресурсного центра иностранных языков, Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта, г. Калининград, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0001-9144-0084>, [iostroverkhaya@kantiana.ru](mailto:iostroverkhaya@kantiana.ru)

**Вклад в статью:** общая концепция статьи, сбор и анализ материала, написание и оформление статьи.

Поступила в редакцию 22.07.2023  
Поступила после рецензирования  
и доработки 29.09.2023  
Принята к публикации 12.10.2023

#### Information about the author

**Irina V. Ostroverkhaia**, PhD (Philology), Associate Professor of Foreign Languages Resource Centre, Immanuel Kant Baltic Federal University, Kaliningrad, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0001-9144-0084>, [iostroverkhaya@kantiana.ru](mailto:iostroverkhaya@kantiana.ru)

**Contribution:** main study conception, material acquisition and analysis, manuscript drafting and design.

Received July 22, 2023  
Approved after reviewing and revision  
September 29, 2023  
Accepted October 12, 2023



НАУЧНАЯ СТАТЬЯ / ORIGINAL ARTICLE

УДК / UDC 811.161.1

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-740-748>


Шифр научной специальности 5.9.5

## О процессе лексической деархаизации

Мария Мерабовна ХАРЧЕНКО 

ФГБУН «Институт русского языка им. В.В. Виноградова РАН»

119019, Российская Федерация, г. Москва, ул. Волхонка, 18/2

 [pravilavkarmane@yandex.ru](mailto:pravilavkarmane@yandex.ru)

**Аннотация.** Рассмотрен процесс лексической деархаизации в современном русском языке, в результате которого в состав активной лексики из пассивного запаса языка «возвращаются слова» и обретают новую жизнь. На протяжении истории и развития языка процесс архаизации является неизбежным. В наши дни особенно указанный процесс актуализировался. Доказано, что развитию процесса деархаизации, как и предшествующей лексической архаизации, способствуют внеязыковые факторы, прежде всего идеологические, социальные, а также исторические события, произошедшие на рубеже XX–XXI веков. Изменения в политической системе, общественном строе, экономической и культурной жизни, появление новых идей и видов деятельности повлекли за собой как качественные, так и количественные изменения в современном лексическом фонде русского языка, в результате чего деархаизированные слова стали ярким отражением изменения общественного сознания. Установлено, что деархаизмы могут переосмысляться, а их значения могут модифицироваться. Возвращённые слова отражают определённый пласт духовной культурной традиции и сознания русского народа и являются нейтральными лексическими единицами в современном языковом коммуникативном пространстве.

**Ключевые слова:** русский язык, деархаизация, возвращённые слова, внеязыковые факторы

**Для цитирования:** Харченко М.М. О процессе лексической деархаизации // Нефилология. 2023. Т. 9. № 4. С. 740-748. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-740-748>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



## About the process of lexical dearhaization

Maria M. KHARCHENKO 

V.V. Vinogradov Russian Language Institution of RAS  
18/2 Volkhonka St., Moscow, 119019, Russian Federation  
✉ [pravilavkarmane@yandex.ru](mailto:pravilavkarmane@yandex.ru)

**Abstract.** The process of lexical dearhaization in the modern Russian language is considered, as a result of which words “return” to the active vocabulary from the passive stock of the language and take on a new life. Throughout the history and development of a language, the process of archaization is inevitable. Nowadays, this process has become especially relevant. It has been proven that the development of the process of dearhaization, as well as the previous lexical archaization, is facilitated by extra-linguistic factors, primarily ideological, social, as well as historical events that occurred at the turn of the 20th and 21st centuries. Changes in the political system, social system, economic and cultural life, the emergence of new ideas and activities have entailed both qualitative and quantitative changes in the modern lexical fund of the Russian language, as a result of which dearchaized words have become a vivid reflection of changes in public consciousness. It has been established that dearchaisms can be rethought and their meanings can be modified. The returned words reflect a certain layer of the spiritual cultural tradition and consciousness of the Russian people and are neutral lexical units in the modern linguistic communicative space.

**Keywords:** Russian language, dearhaization, returned words, extra-linguistic factors

**For citation:** Kharchenko, M.M. About the process of lexical dearhaization. *Neofilologiya = Neophilology*, 2023;9(4):740-748. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-740-748>



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



### ВВЕДЕНИЕ

Язык каждой исторической эпохи, находясь в постоянном движении, претерпевает изменения под воздействием процессов, происходящих в обществе, которые накладывают отпечаток на языковую систему. Наиболее серьёзным изменениям в системе языка подвергается лексико-семантическая подсистема, поскольку лексический фонд языка активно реагирует на все изменения, происходящие в обществе, обладая такими свойствами, как открытость, подвижность, проницаемость, неравномерность развития. «Лексика любого языка более, чем другие его уровни, реагирует на исторические изменения общественно-политического и культурного характера в жизни народа – носителя этого языка» [1, с. 162].

Особое место в динамике русского языка занимают деархаизмы – возвращённые слова, появившиеся в процессе деархаизации (возвращения в активное употребление слов из пассивного запаса). Учёные, решая вопрос, почему в активное употребление возвращаются слова, считают, что активный процесс лексической деархаизации в русском литературном языке конца XX – начала XXI столетия связан с произошедшими изменениями в политической системе, общественном строе, экономической и культурной жизни российского общества и обусловлен изменением общественного сознания<sup>1</sup>. «Возвращение

<sup>1</sup> Складская Г.Н. Словарь православной церковной культуры. СПб.: Наука, 2000. 280 с.; Толковый словарь современного русского языка. Языковые изменения конца XX столетия / под ред. Г.Н. Складской. М.: Астрель: АСТ, 2001. 894 с.

лексических единиц в период становления нового российского государства (конец XX – начало XXI века) – показатель зависимости между изменениями в общественной, культурной среде и языком».

Г.М. Шипицына и М.Б. Геращенко выделили 11 тематических групп, среди которых самой многочисленной оказалась группа «Религия, верования», что составило 57 % от проанализированных около 700 слов [2, с. 10-11].

Цель данного исследования – выявить, какие изменения претерпевала деархаизированная лексика, и установить, является ли новым явлением для лексической системы русского языка на современном этапе такое языковое явление, как возвращённые слова.

Реактивация пассивного лексического фонда в лексической системе языка отражает две тенденции – проевропейскую и пророссийскую, в которых процесс деархаизации является ярким показателем ориентации языкового сознания россиян и динамики общественных интересов. Появление интереса к словам, ранее имеющим ограниченное употребление, но возвращённых в активное функционирование, сквозь призму исторической памяти, языковой национальной картины мира расширяет понятия с семантикой «своё», «родное», что является актуальным в поисках ответа, почему общественное сознание так активно маркирует архаизмом забытое явление, событие или тот или иной предмет в наши дни.

## ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Процессу деархаизации предшествует лексическая архаизация – переход лексических единиц в пассивный запас словаря. Как известно, Л.В. Щерба относил к пассивному запасу русского языка те слова, употребление которых было ограничено особенностями означаемых ими понятий и явлений.

Устаревание слов является длительным процессом, так как название реалии ещё некоторое время остаётся в языке, даже после её исчезновения. Процесс перехода слов в пассивный запас языка является постоянным явлением, так как каждая эпоха отказывается от когда-то существовавших реалий.

Архаизация лексики связана с исчезновением неактуальных, не свойственных действительности коммуникативно-культурных ценностей социума лексических единиц из арсенала языковой личности [3, с. 159]. Предпосылки архаизации, как отмечает Е.Е. Каданцева, возникают при наличии в языке как равноправных вариантов («безразличное варьирование»), так и вариантов стилистических [4]. Далее происходит превращение варьирования в контрастивное, так как функциональная сфера одного из вариантов расширяется за счёт сужения сферы другого. Становится заметным сокращение числа употребляющих данный вариант как нейтральный и возрастает число тех, кто употребляет его как устаревший (смена статуса). Устаревший вариант смещается и закрепляется на периферии языка. Последняя стадия архаизации является весьма неустойчивым этапом, так как ушедшее в пассивный запас лексики слово может «возродиться» спустя несколько столетий.

Анализируя процесс архаизации лексики русского языка на протяжении XX века, можно заметить, что каждый период имеет свои особенности. Так, к концу 20-х гг. XX столетия вышла из употребления большая часть общественно-политической и религиозной лексики, которая активно использовалась до революции («галантный», «департамент», «лицей», «православие»). При этом появилось большое количество сложносокращённых слов и клише (ВЧК, ЧОН, МОПР, ВЧК и др.).

В 50–70-е гг. XX века перешли в пассивный запас словаря многие советизмы, которые образовались с помощью смыслового преобразования известных слов («смычка», «перегиб», «объективка», «загиб», «чистка» и др.).

К концу столетия из активного употребления ушли слова, образованные путём присоединения части слова (соц-, парт-, полит-, агит- и др.), к числу которых относятся слова типа «соцтруд», «партдень», «партминиум», «политпросвещение», «политбюро», «агитбригада», вышли из употребления слова, отражающие социалистические реалии («пятiletка», «невыездной»).

Известны периоды, когда из-за изменений в обществе в пассивный запас переходили целые классы слов, происходило системное устаревание части лексики (например, после 1917 г. и 1990-х гг. в связи с изменением общественно-политического строя). Так, введённый в 1722 г. Петром I «Табель о рангах», содержащий информацию о наименованиях должностных лиц («канцлер», «генерал-фельдмаршал», «поручик» и т. д.), был упразднён в 1917 г. одним из первых декретов советской власти, в результате чего произошло системное устаревание многих слов. Устаревшей оказалась и система измерений («пуд», «верста» и т. д.), так как с 1 января 1927 г. декретом «О введении Международной метрической десятичной системы мер и весов» была введена Международная система измерений, что повлекло за собой устаревание и названий системы измерений.

После революции под влияние идеологического фактора попала религиозная лексика: в годы советской власти она находилась на периферии лексической системы. Из активного употребления были вытеснены наименования священнослужителей (например, патриарх, архиепископ). Важно отметить, что 1917 г. является рубежом в развитии русского языка, о чём свидетельствуют хронологические пометы «до революции», «до 1917 г.» в лексикографических источниках.

Таким образом, после революции 1917 г., а также распада СССР большое количество лексем русского языка переместилось в пассивный словарный запас, так как называемые ими предметы, понятия и явления отвергались новым общественным строем.

Деархаизация не является новым явлением, но именно для конца XX века характерно возвращение большого количества слов и, как следствие, перестройка лексической системы языка. В активное употребление вернулись те слова, которые в прошлом были малоупотребительными. С этого времени появляется тенденция к активному освоению слов, находящихся на периферии общественного сознания.

В научной литературе термин «деархаизация» имеет синонимы и синонимические словосочетания: «ресемантизация», «дезак-

туализация», «реактивизация лексики», «возвращение забытой лексики», «актуализация лексики», «языковое возрождение». Терминологическая неустойчивость связана с тем, что существует несколько подходов к изучению данного процесса. Большинство учёных связывает возвращение лексики с повышением уровня её активности в общении, с актуализацией понятий, с переоценкой общественных взглядов. Думается, что такие понятия, как «актуализированная лексика» и «возвращённая лексика», не являются синонимичными.

Г.Н. Складневская к актуализированной относит лексику основного фонда, которая в определённый период претерпела семантические, стилистические, оценочные и другие изменения, а к возвращённой в актив – переместившуюся из пассивного запаса языка в состав активизированной под влиянием каких-либо факторов.

Активизированную, актуализированную и реактивизированную лексику выделяет М.Б. Геращенко, которая отмечала, что активизированной лексикой является только часть активного словаря русского языка, хронологически обусловленная, значимая в определённый период, включающая в себя слова, отражающие ключевые приметы времени. Эта часть активного состава словаря пополняется путём включения реактивизированной, актуализированной лексики, неологизмами и заимствованиями [5].

Разграничение понятий «активизированная» и «актуализированная», на наш взгляд, является некорректным, поскольку актуализированная лексика включает в себя активизированную (по Г.Н. Складневской), поэтому в некоторой степени понятия, являющиеся синонимичными, расцениваются как «разноразличные» (общее/частное), в связи с чем не следует ставить их в один ряд.

В.В. Шмелькова подчёркивала, что актуализация отличается от деархаизации тем, что она может быть не связана с хронологической отмеченностью актуализируемого слова. Например, в конце XX – начале XXI столетия были актуализированы иноязычные слова, которые были необходимы для обозначения новых понятий экономической и

общественно-политической жизни страны («бизнесмен», «сенатор», «рэкёт», «мэрия» и т. д.). На первом этапе возвращения в активное употребление некогда устаревшая лексическая единица всегда актуализируется, но сам процесс актуализации гораздо шире, так как актуализировать свои значения могут не только устаревшие слова [6, с. 100].

По мнению И.А. Стернина, реактивация лексики – это возвращение в активное употребление историзмов, ранее употреблявшихся в языке. Учёный считает, что реактивации подверглась лексика рыночных отношений и в известной мере – политическая лексика: *Дума, думская фракция, думский комитет, суд присяжных, забастовка, пособие по безработице, голодовка, биржа, торги, акциз, вексель, предприниматель, банкрот, полиция, коммерческий банк, торговля недвижимостью* [7, с. 54].

Традиционно принято относить к устаревшей лексике историзмы и архаизмы. Однако к категории «отмирающих слов» Б.Ю. Норман относит нотиолзмы – «слово, уходящее из лексикона по причине утраты носителем языка соответствующего понятия, притом, что сама реалья (референт, денотат) как элемент объективной действительности сохраняется» [8, с. 27].

Разные подходы не исключают друг друга: их различия отмечаются лишь в характеристике процессов деархаизации; при этом к возвращённой устаревшей лексике также применимо понятие «актуализация».

Причины возвращения слов в коммуникативное пространство носят экстралингвистический характер, среди которых выделяются следующие: изменение форм общественного устройства; восстановление традиционного уклада жизни; обращение к духовности; выдвижение на первый план некоторых форм образования слов. Возвращение слова вызвано также необходимостью обозначения определённого смыслового оттенка, нужной коннотации. Например, «соперник» не то же, что «конкурент», а слово «партнёр» семантически не равноценно слову «компаньон».

Итак, деархаизация – это перемещение некогда устаревшей лексики из пассивного

состава языка в активный фонд языка, возвращение устаревшей лексики в активное употребление. Как правило, преобладают деархализированные лексемы, употребление которых более экономично (ср.: «вексель» = «ценная бумага»). При деархаизации лексики часто происходит трансформация сочетаемости и словообразовательных связей (утрачивается словоформа у леммы «гвардия» – «гвардейщина»), изменяется сфера применения леммы, а также выразительные возможности (утрачивается связь между словами «офицер» и презрительным (устаревшим) «офицерщина»).

Возвращение устаревшей лексики в русском языке происходило в два этапа.

1. 30–40 гг. XX века – из пассивного запаса языка вернулась часть общественно-политической лексики, относящаяся к области военного дела, а также лексика бытовой сферы («генерал», «указ»).

2. Конец XX века – в речевое употребление вернулся огромный пласт лексики. По данным Г.М. Шипицыной и М.Б. Герашенко, как уже было отмечено, выделяется самая многочисленная группа возвращённых слов с религиозной семантикой (53 %), затем идут следующие тематические группы: «Экономика» – 18,3 % («концерн», «компания», «фирма»), «Политика» – 13,8 % («либерализм», «оппозиционер»), «Духовные традиции народа» – 3,1 % («спонсор», «меценатство»), «Образование» – 2,8 % («гимназия», «лицей», «кадет»), «Искусство и культура» – 2,7 % («продюсер», «казино»), «Социально-бытовая сфера» – 2,3 % («барон», «экономка», «гувернантка»), «Народная медицина» – 2,3 % («знахарь», «маг»), «Армия и органы безопасности» – 0,8 % («казак», «чекист»), «Судебное дело» – 0,7 % («вердикт», «законопослушный») [2, с. 14].

Преобладание вернувшихся слов, относящихся к церковной лексике, связано с фактором религиозного возрождения в России, что привело к широкому переосмыслению большого числа религиозной и церковной лексики. Например, «Малый академический словарь» фиксирует слово «пасха» как «христианский праздник, посвящённый воскресению *мифического* основателя христианства –



Христа»<sup>2</sup>. Словарь Д.Н. Ушакова даёт следующее толкование: «Пасха – христианский праздник, посвящённый *так называемому воскресению Христа*»<sup>3</sup>.

Советские лексикографические издания при толковании религиозных терминов и понятий могли содержать такие семантические конкретизаторы, как «якобы», «будто бы», «так называемый» и т. п. Так, по словарю Д.Н. Ушакова «бог – верховное существо, *стоящее будто бы* над миром или управляющее им». В «Малом академическом словаре» слово «бог» имеет помету «устар.».

С конца 80-х гг. XX века было издано множество энциклопедий и словарей, в которых словарные статьи стали отражать разъяснение значений религиозных и церковных слов. Словарные дефиниции стали включать дифференциальные признаки, например: «благовест» может быть пасхальным, утренним, вечерним и т. д.; толкование слов стало подробнее (Рождество – праздник рождения Иисуса Христа (отмечается 25 декабря (7 января); в православной церкви: один из двенадцатых праздников); в структуру словарной статьи стали включаться устойчивые выражения, а также высказывания, используемые в разговорной речи («одному Господу известно», «господи боже мой!»).

Таким образом, в конце XX столетия в российском обществе возродившийся институт православия способствовал возвращению слов с религиозными значениями и смыслами во все сферы жизни общества.

На рубеже XX – начала XXI века трансформации подверглась и политическая лексика. В пассивный фонд переместились слова, которые обозначали реалии, явления, понятия советской действительности – коммунистической идеологии, например «горком», «коммунизм», «политбюро», слова эпохи «Перестройки» («гласность», «генсек», «народный фронт»), а также лексические единицы, относящиеся к деятельности комсомольской и пионерской организаций («пионер», «комсомолец», «пионервожатый», «комсорг»).

Из сказанного следует, что в настоящее время к деархаизированной лексике относятся:

- наименования единиц административно-территориального устройства (например, «губерния», «земство»);
- понятия, относящиеся к внутривнутриполитической жизни («губернатор», «Городская Дума», «Государственная Дума», «казначейство»);
- наименования социальной структуры («чиновник» в значении «государственный служащий»);
- наименования партий, течений и взглядов, а также лиц, относящихся к ним («оппозиция», «социал-демократ», «либерал», «анархист»);
- лексические единицы, обозначающие лиц, противостоящих власти, и слова, обозначающие общественные настроения («вольнодумец», «пике»).

Список наименований, связанных с административно-территориальным делением и внутренней политикой, пополнялся в основном за счёт возвращённых терминов, использованных в дореволюционной России, например: *департамент* – отдел министерства или какого-либо иного правительственного учреждения (в дореволюционной России: отдел министерства, какого-либо высшего государственного или судебного учреждения («Малый академический словарь»); *губернатор* – выборный глава администрации субъекта федерации (в дореволюционной России: начальник губернии).

Заметим, что возвращённые слова по-разному «закрепились» в языке. Некоторые наименования, например, получив широкое распространение, в официальных документах не употребляются: Совет Федерации – Сенат, член Совета Федерации – сенатор, председатель Правительства – премьер-министр.

В XXI веке в активное употребление вернулись слова, обозначающие общественные массовые настроения: «вольнодумство», «беспорядки», «смута», «агитация», «забастовщик», «пикет», «пропаганда», которые часто используются в СМИ для придания источнику информации выразительности.

Границы между политическими архаизмами и деархаизмами можно считать услов-

<sup>2</sup> Малый академический словарь (МАС).

<sup>3</sup> Ушаков Д.Н. Толковый словарь русского языка: в 4 т. М., 1935–1940.

ными, так как не всегда есть возможность определить, в какой момент слово ушло в пассив или вернулось в активное употребление. Лексические единицы, относящиеся к социально-политической сфере, могут приобретать новые значения, которые впоследствии становятся более частотными, а значит, и основными.

В целом социально-политическая лексика в конце XX – начале XXI века сохранила свои особенности: для неё характерна выраженная социальная оценочность и создание политических «ярлыков».

Возвращение слов сопровождалось процессом снятия идеологических наслоений с возвращённых слов. Из словарей исключались пометы «в буржуазном обществе», «в дореволюционной России», «в странах Запада» и др.

Процесс деархаизации происходил по-разному. Часть возвращённых слов не подверглась трансформации, другая претерпела семантические изменения. Так, происходил процесс расширения лексем при помощи семантического сдвига, метафоризации, метонимизации либо процесс их сужения.

Анализ лексикографических источников показал, что многие слова получили переоценку. В конце XX – начале XXI века происходит процесс деполитизации и деидеологизации некоторых групп слов – освобождение семантики слов от политической и идеологической коннотации (например, «бизнес», «капиталист», «коммерсант», «предприниматель», «миллионер»).

Переосмысление значений и переоценка слов протекала по трём направлениям: 1) слова, которые в советское время оценивались отрицательно, становятся нейтральными («капитал», «предприниматель»); 2) слова, имевшие ранее отрицательную коннотацию, получают положительную оценку

(«плюрализм», «консерватизм»); 3) слова с положительной оценкой стали нейтральными или получили отрицательную оценку – от иронической до максимально пейоративной («коммунизм», «колхоз»).

## ВЫВОДЫ

Изменения в лексической системе русского языка конца XX – начала XXI столетия нашли яркое отражение в процессе деархаизации, который явился результатом процесса лексической архаизации периода после Октябрьской революции 1917 г. и перестройки (1985–1991 гг.).

Анализ перегруппировки активной и пассивной лексики в словарном составе русского языка показал: если архаизация связана как с экстралингвистическими, так и лингвистическими факторами, то причины деархаизации носят внеязыковой характер (изменение форм общественного устройства; интерес к социально и культурно значимым понятиям, духовно-нравственным ценностям, традиционному укладу жизни русского народа; обогащение словарного состава языка старыми номинациями, ставшими модными).

Процесс деархаизации связан с изменением лексического значения архаизмов: наблюдаются семантические преобразования, связанные с расширением, сужением лексем и смещением иерархии значений.

Изменения в лексической системе русского языка носят как количественный, так и качественный характер. Количественные изменения представляют собой расширение словарного состава языка путём возвращения устаревших слов, а качественные связаны с изменением содержания лексем под влиянием политико-идеологических, социально-культурных и социально-экономических явлений, событий и процессов.

## Список источников

1. Шмелькова В.В. Отражение в лексике русского языка динамики развития русской культуры // Вестник Московского университета. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2009. № 1. С. 161-167. <https://elibrary.ru/kgbdxv>
2. Шипицына Г.М., Геращенко М.Б. Почему в активное употребление возвращаются слова // Мир русского слова. 2010. № 4. С. 10-18. <https://elibrary.ru/nuxxxr>

3. Каданцева Е.Е. Культурологический аспект архаизации лексического состава современного русского языка // Вестник Московского университета. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2005. № 1. С. 154-163. <https://elibrary.ru/jcjava>
4. Каданцева Е.Е. Явление архаизации в словарном составе современного русского языка (по изданиям «Словаря русского языка» С.И. Ожегова): автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2007. 21 с. <https://elibrary.ru/znfamj>
5. Геращенко М.Б. Реактивизация лексики к началу XXI века: семантико-лексикографический аспект: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Белгород, 2009. 23 с. <https://elibrary.ru/znzpdx>
6. Шмелькова В.В. Сущность процесса лексической деархаизации в современном русском литературном языке: дис. ... д-ра филол. наук. М., 2010. 301 с. <https://elibrary.ru/qexxcx>
7. Стернин И.А. Общественные процессы и развитие современного русского языка. Очерк изменений в русском языке конца XX – начала XXI века. Воронеж: Изд-во ВГУ, 2004. 93 с. <https://elibrary.ru/ykftdd>
8. Норман Б.Ю. Уходящее слово: историзм, архаизм, нотиоллизм? // Коммуникативные исследования. 2016. № 4 (10). С. 21-38. <https://elibrary.ru/xqtzqz>

### References

1. Shmel'kova V.V. The dynamics of Russian culture as reflected in the lexicon of the Russian language. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 19: Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikatsiya = Moscow State University Bulletin. Series 19: Linguistics and Intercultural Communication*, 2009, no. 1, pp. 161-167. (In Russ.) <https://elibrary.ru/kgbdxv>
2. Shipitsyna G.M., Gerashchenko M.B. Why are obsolete words in the active usage again. *Mir russkogo slova = World of the Russian Word*, 2010, no. 4, pp. 10-18. (In Russ.) <https://elibrary.ru/nuxxxr>
3. Kadantseva E.E. Kul'turologicheskii aspekt arkhazatsii leksicheskogo sostava sovremennogo russkogo yazyka [Culturological aspect of archaization of the lexical composition of the modern Russian language]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 19: Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikatsiya = Moscow State University Bulletin. Series 19: Linguistics and Intercultural Communication*, 2005, no. 1, pp. 154-163. (In Russ.) <https://elibrary.ru/jcjava>
4. Kadantseva E.E. Yavlenie arkhaizatsii v slovarnom sostave sovremennogo russkogo yazyka (po izdaniyam «Slovara russkogo yazyka» S.I. Ozhegova): avtoref. dis. ... kand. filol. nauk [The Phenomenon of Archaization in the Vocabulary of the Modern Russian Language (According to the Publications of the "Dictionary of the Russian Language" by S.I. Ozhegov): PhD (Philology) diss. abstr.]. Moscow, 2007, 21 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/znfamj>
5. Gerashchenko M.B. Reaktivizatsiya leksiki k nachalu XXI veka: semantiko-leksikograficheskii aspekt: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk [Reactivation of Vocabulary by the Beginning of the 21st Century: Semantics-lexicographical Aspect: PhD (Philology) diss. abstr.]. Belgorod, 2009, 23 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/znzpdx>
6. Shmel'kova V.V. Sushchnost' protsessa leksicheskoi dearkhaizatsii v sovremennom russkom literaturnom yazyke: dis. ... d-ra filol. nauk [The Essence of the Process of Lexical Dearhaization in the Modern Russian Literary Language: Dr. habil (Philology) diss.]. Moscow, 2010, 301 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/qexxcx>
7. Sternin I.A. Obshchestvennye protsessy i razvitie sovremennogo russkogo yazyka. Ocherk izmenenii v russkom yazyke kontsa XX – nachala XXI veka [Social Processes and Development of the Modern Russian Language. Essay on Changes in the Russian Language at the End of the 20th – Beginning of the 21st Century]. Voronezh, Voronezh State University Publ., 2004, 93 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/ykftdd>
8. Norman B.Yu. A disappearing word: historicism, archaism, notiolism? *Kommunikativnye issledovaniya = Communication Studies*, 2016, no. 4 (10), pp. 21-38. (In Russ.) <https://elibrary.ru/xqtzqz>

#### Информация об авторе

**Харченко Мария Мерабовна**, выпускник аспирантуры, Институт русского языка им. В.В. Виноградова РАН; SMM-менеджер, «Грамота.ру», г. Москва, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0002-4686-351X>, [pravilavkarmane@yandex.ru](mailto:pravilavkarmane@yandex.ru)

**Вклад в статью:** идея статьи, сбор фактического материала, анализ данных, написание текста статьи, редактирование.

Поступила в редакцию 11.06.2023

Поступила после рецензирования 07.09.2023

Принята к публикации 12.10.2023

#### Information about the author

**Maria M. Kharchenko**, Post-Graduate Graduate Student, V.V. Vinogradov Russian Language Institution of Russian Academy of Sciences; SMM-manager in “Gramota.ru”, Moscow, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0002-4686-351X>, [pravilavkarmane@yandex.ru](mailto:pravilavkarmane@yandex.ru)

**Contribution:** study conception, factual material collection, data analysis, manuscript text drafting, editing.

Received June 11, 2023

Revised September 7, 2023

Accepted October 12, 2023

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ / ORIGINAL ARTICLE

УДК / UDC 811.161.1+821.161.1.0+882-93

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-749-759>

Шифр научной специальности 5.9.5

## Междометия и междометные комплексы в пьесах А.Н. Островского

Сянь ДУ 

ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный социально-педагогический университет»

400005, Российская Федерация, г. Волгоград, пр-т им В.И. Ленина, 27

✉ [1256618347@qq.com](mailto:1256618347@qq.com)

**Аннотация.** Проведён анализ использования междометий и междометных комплексов в пьесах А.Н. Островского, 200-летие со дня рождения которого отмечается во всём мире в этом году. Произведения драматурга существенно изменили русский театр, на сцене появились простые люди, представители купечества и социальных низов. Они заговорили народным языком, в котором широко использовались диалектизмы, просторечные единицы, поговорки, фразеологизмы. Важной составляющей народной речи являются междометия. Они представляют собой сложную часть речи с противоречивыми лексико-семантическими и грамматическими свойствами. Среди них встречаются единицы с нестандартным фонетическим составом. Попытки передать подобные междометия средствами алфавита приводят к употреблению традиционной записи, весьма приблизительно отражающей их реальный звуковой облик (*тьфу*), что становится причиной этноспецифических форм передачи подобных физических фонаций в разных языках, а это вызывает затруднения при их переводе. Вместе с тем вряд ли стоит говорить об особой фонетической системе междометий, поскольку подавляющее большинство примарных единиц (*ну, ай, ах, ба, ого, увы* и мн. др.) состоят из стандартных фонем языка, а их просодика в целом соответствует просодическим характеристикам вокативов и других лингвальных единиц. Междометия широко представлены в текстах пьес А.Н. Островского. Значительное место в речи персонажей занимают первичные междометия, с помощью которых автор отражает разнообразие чувств и переживаний героев. В число самых частотных слов пьес А.Н. Островского входят междометия *ну, ах*. Практически во всех произведениях встречаются также примарные междометия *ох, эх, эй* и др. Вторичные междометия в пьесах А.Н. Островского в основном представлены прошедшими интеръективацией словами *Бог, Боже, Господи*, используемыми как самостоятельно, так и в составе междометных конструкций (*сохрани Господи, Бог с тобой* и др.). Во многих случаях нелегко провести границу между междометным и религиозным употреблением данных единиц в речи персонажей.

**Ключевые слова:** междометие, междометный комплекс, интеръективация, А.Н. Островский, драматургия, пьеса, русский язык

**Для цитирования:** Ду Сянь. Междометия и междометные комплексы в пьесах А.Н. Островского // Неофилология. 2023. Т. 9. № 4. С. 749-759. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-749-759>




Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная





## Interjections and interjection complexes in the plays of A.N. Ostrovsky

Xian DU 

Volgograd State Socio-Pedagogical University  
27 Lenin Ave., Volgograd, 400005, Russian Federation  
 [1256618347@qq.com](mailto:1256618347@qq.com)

**Abstract.** An analysis of the use of interjections and interjection complexes in the plays of A.N. Ostrovsky was carried out, whose 200th birthday is celebrated all over the world this year. The playwright's works significantly changed the Russian theater; ordinary people, representatives of the merchant class and the lower social classes appeared on the stage. They spoke the folk language, in which dialectisms, vernacular units, proverbs, sayings, and phraseological units were widely used. Their important component of folk speech are interjections. They represent a complex part of speech with contradictory lexical-semantic and grammatical properties. Among them there are units with non-standard phonetic composition. Attempts to convey such interjections by means of the alphabet lead to the use of traditional notation, which very approximately reflects their real sound appearance (ugh), which becomes the cause of ethnospecific forms of transmission of such physical phonations in different languages, and this causes difficulties in their translation. At the same time, it is hardly worth talking about a special phonetic system of interjections, since the overwhelming majority of primary units (well, ah, ba, wow, alas, and many others) consist of standard phonemes of the language, and their prosody generally corresponds to the prosodic characteristics of vocatives and other lingual units. Interjections are widely represented in the texts of A.N. Ostrovsky's plays. A significant place in the speech of the characters is occupied by primary interjections, with the help of which the author reflects the diversity of feelings and experiences of the characters. Among the most frequent words in plays by A.N. Ostrovsky includes interjections, well, ah. In almost all works there are also primary interjections oh, eh, hey, etc. Secondary interjections in the plays of A.N. Ostrovsky is mainly represented by the interjectivated words God, God, Lord, used both independently and as part of interjectional constructions (God bless, God be with you, etc.). In many cases, it is not easy to draw a line between interjection and religious use of these units in the speech of characters.

**Keywords:** interjection, interjection complex, transition to interjections, A.N. Ostrovsky, dramaturgy, play, Russian language

**For citation:** Du, Xian. Interjections and interjection complexes in the plays of A.N. Ostrovsky. *Neofilologiya* = *Neophilology*, 2023;9(4):749-759. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-749-759>



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



### ВВЕДЕНИЕ

А.Н. Островский своими произведениями существенно, революционно изменил русский национальный театр. Героями его пьес стали простые русские люди: купцы, приказчики, стряпчие, трактирщики, свахи, лакеи, горничные и др. Со сцены прозвучал

живой народный язык. Герои использовали просторечные и диалектные слова, народные фразеологизмы и поговорки, формулы русского народного речевого этикета, другие единицы с богатым лингвокультурным содержанием [1, с. 167]. Одним из показателей разговорного и просторечного стиля речи является включение в тексты междометий, отражаю-

щих переживания человека, его реакции на внешние раздражители. Эта часть речи отсутствует в научных и публицистических текстах, в литературной прозе встречается только в диалогах, крайне редко отмечена в поэтических произведениях. При этом живая разговорная речь активно использует междометия и междометные комплексы, поэтому естественно, что эти единицы представлены в пьесах А.Н. Островского.

Междометие является, пожалуй, самой сложной частью речи с противоречивыми лексико-семантическими и грамматическими свойствами. Русская грамматика так определяет эту часть речи: «Междометия – это класс неизменяемых слов, служащих для нерасчленённого выражения чувств, ощущений, душевных состояний и других (часто произвольных) эмоциональных и эмоционально-волевых реакций на окружающую действительность» [2, с. 732]. Современная исследовательница междометий Е.В. Середа, автор диссертации «Место междометий в системе частей речи» и учебного пособия, в это определение добавляет уточнение: «которые указывают на действие, не называя его» [3; 4]. А. Вежицкая попыталась описать семантическую структуру междометий: «Общим для таких слов, как ah, oh и wow или ouch, является их семантический инвариант, который можно выразить на языке семантических универсалий следующим образом: «Я СЕЙЧАС НЕЧТО ЧУВСТВУЮ» (где ЧУВСТВОВАТЬ охватывает как «телесные», так и «ментальные» чувства)» [5, с. 241]. Однако она сразу же уточняет: «Не все слова, которые принято описывать как “междометия”, имеют подобный семантический компонент <...>» [5, с. 241]. Исследовательница определяет междометие как «нерасчленённое выражение имеющегося душевного состояния» [5, с. 250]. Проблемы лексикографического описания междометий анализируются в работах Н.Р. Добрушиной [6], И.А. Стернина и Ю.А. Цофиной [7] и др. Рассматриваются также лингвострановедческие аспекты функционирования междометий в русском языке [8].

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

По происхождению междометия делятся на **первичные (примарные, первообразные, непронизводные) и вторичные (секундарные, производные)**. Первые не соотносятся с другими частями речи, они чаще всего состоят из одного слога (*ах, ой, эй, ну, фу*), реже – двусложные (*ого, увы*). Вторые соотносятся с частями речи: *Караул! Боже мой!* Практически в каждой пьесе А.Н. Островского встречаются междометия обоого типа.

И.А. Шаронов говорит о двойственности объекта исследования у междометий. Он утверждает: «Устные эмоциональные междометия имеют самостоятельную (отдельную от языковой) или периферийную фонетическую систему, принципы описания которой до сих пор окончательно не определены. Значимыми для этих единиц оказываются просодические характеристики – интонация, тон, тембр, фонация. Звуковой состав устных эмоциональных междометий не играет той роли, которая характерна для стандартных языковых единиц. Письменные фиксации эмоциональных междометий не способны отражать просодические характеристики, они строятся на языковых звуках и их сочетаниях» [9, с. 6-7]. Эти предположения продолжают наблюдения датского лингвиста Отто Есперсена, который отмечал наличие в некоторых междометиях нестандартных звуков, что создаёт невозможность записать их средствами алфавита [10, р. 190; 11, с. 100]. Он отмечает у междометий «способность выделяться как законченное «высказывание» [10, р. 190; 11, с. 100]. Попытки передать междометия средствами алфавита завершаются употреблением традиционной записи, не отражающей истинное звучание единицы. Действительно, в письменном языке существуют фиксации междометных единиц, весьма приблизительно отражающие их реальный звуковой облик: рус. *тпру, тпрур* ‘возглас, которым останавливают лошадей’<sup>1</sup>.

Однако выделение некой особой фонетической системы междометий представля-

<sup>1</sup> Большой толковый словарь русского языка / гл. ред. С.А. Кузнецов. СПб.: Норинт, 1998. С. 1336.

ется несколько преувеличенным. Единицы с нестандартным набором звуков среди этой части речи встречаются крайне редко. Подавляющее большинство примарных междометий имеет стандартный фонемный состав: ну, ба, ох, эх, ой и мн. др. Тем более соответствуют фонетико-фонематическим принципам языка вторичные междометия, восходящие к знаменательным словам.

В истории языка встречается немало единиц оноματοпоэтического происхождения, которые также весьма приблизительно передают физические фонации. Русский фитоним *хворост* 'сухие отпавшие ветви деревьев или кустарников'<sup>2</sup>, сербское и хорватское название дуба *храст/hrast*, чешское *chrast*, польское *chrust* 'хворост', как и древневерхненемецкое *horst*, англосаксонское *hyrst* 'лес' имеют звукоподражательное происхождение, передают треск ломающихся веток<sup>3</sup>, что, разумеется, весьма отдаленно соответствует звукам природы.

Что же касается просодики, то она понижает живую ткань звучащего языка, слабо отражаясь на письме. Особые просодические характеристики отличают, например, обращения, называемые нередко в русской лингвистике именительным обращением. В.В. Бабайцева и Л.Ю. Максимов пишут о вокативных предложениях: «Они содержат имя существительное (или местоимение) в именительном падеже, произносимое с особой интонацией, передающей призыв, побуждение к прекращению действия, несогласие с собеседником, укор, упрёк, сожаление, негодование и т. п.» [12, с. 109]. Как видим, в данном случае перечислены практически те же просодические характеристики, что и при описании функционирования междометий. А. Вежбицкая, анализируя дефиницию междометий П. Шахтера «Междометия представляют собой слова, нередко носящие характер восклицаний, которые могут составлять самостоятельные высказывания и обычно не вступают в синтаксическую связь с находящимися рядом словами» [13, р. 58], от-

мечает, что это определение не позволяет отграничить «междометия» от «собственных имен», которые также могут «составлять самостоятельные высказывания» [5, с. 240]. Добавим, что и просодически междометия и вокативы, в которые часто входят онимы, сходны.

Просодика в прозаическом тексте фиксируется в некоторых случаях на письме глаголами говорения и сопровождающими словами или целыми описательными конструкциями: *жаловалась она соседке; горделиво повторяла она слова городского внука; вопрошала она; с детьми толковала, с соседкой, но чаще сама с собой; ворчала старая женщина; опомнилась старая женщина; пожаловалась она; подсадовала она; всё поняла старая женщина; спрашивал добрый голос; мягко ворковал, словно заволаживая, женский голос* и т. п. (все примеры из рассказа Б.П. Екимова «Говори, мама, говори...»<sup>4</sup>). В тексте драмы эту роль выполняют ремарки: *вздыхая в сторону; горячо, задумчиво, с испугом, вскрикивает, громко во весь голос, строго, рыдая* и др. (все примеры из пьесы «Гроза»<sup>5</sup>).

Междометия являются важными коммуникативными единицами, они входят в базовый словарный запас для учащихся-инофонов. В список из 5 тысяч наиболее частотных единиц русского языка входят 5 междометий: *ах* (1566 место), *ой* (2266), *увы* (2337), *ура* (3967), *стон* (4526) [14]. При всей относительности подобных подсчётов очевидно, что без междометий полноценная коммуникация на русском языке невозможна.

Междометия составляют важную часть лексико-синтаксического состава текста пьес А.Н. Островского. Иногда они входят в число наиболее частотных единиц произведений: междометие *ну* 'употребляется как выражение нетерпеливого побуждения, призы-

<sup>2</sup> Большой толковый словарь русского языка. С. 1441.

<sup>3</sup> Шанский Н.М., Боброва Т.А. Этимологический словарь русского языка. М.: Прозерпина, 1994. С. 350.

<sup>4</sup> Екимов Б.П. «Говори, мама, говори...» // Екимов Б.П. Как рассказать...: книга для школьного и семейного чтения. Волгоград: Издатель, 2018. С. 32-39.

<sup>5</sup> Островский А.Н. Полное собрание сочинений в 16 т. Т. 2: Пьесы. 1856–1861 / сост. А.И. Ревякин; подгот. текста и коммент. С.Н. Гродской и др. М.: Гослитиздат, 1950. 404 с. В тексте: т. 2.

ва к действию»<sup>6</sup> в пьесе «Не было ни гроша, да вдруг алтын» отмечено в 134 словоупотреблениях, в «Грозе» использовано автором 113 раз, в пьесе «Не в свои сани не садись» встретилось 71 раз (не все примеры можно легко отделить от аналогичной частицы).

Среди междометий, используемых в пьесах А.Н. Островского, отмечены примарные и секундарные единицы. Большая часть первичных междометий состоят из стандартных фонем русского языка, они отмечены в словарях литературного языка. В связи со сложностью семантики этой части речи в лексикографических изданиях используются при описании единиц нестрогие, порой расплывчатые дефиниции. Отмечены три типа определений для примарных междометий: 1) употребляется как выражение боли, досады, эмоций (*ой*); 2) выражает эмоции (*эх*); 3) коммуникативный возглас (*эй*)<sup>7</sup>.

Частотным в пьесах А.Н. Островского является междометие *ах*. Оно 31 раз встретилось в «Грозе», 17 словоупотреблений – в пьесе «Не в свои сани не садись», 68 раз – в пьесе «Не было ни гроша, да вдруг алтын». В словаре дано определение по второму типу: «выражает испуг, внезапное удивление, восхищение, сожаление, возмущение и т. п.»<sup>8</sup>. В пьесах отмечены все оттенки этих разнообразных, сложных, часто противоположных чувств. Междометие встречается изолированно как самостоятельное предложение, в сложном предложении, в составе междометного-местоименного комплекса [15], в сочетании со вторичными междометиями:

Катерина. Ах!  
Катерина. Ах! Скорей, скорей!  
Катерина. Ах, беда моя, беда!  
Катерина. Ах, какая скука!  
Катерина. Ах, кто-то идёт. Ах, кабы ночь поскорее!..  
Борис. Ах ты, Господи!  
Борис. Ах, Кудряш, как она молится, кабы ты посмотрел!

Борис. Ах, кабы люди эти знали, каково мне прощаться с тобой!

Борис. Ах, не говори этого, Кудряш!

Варвара. Ах ты какой! (т. 2).

Междометие отмечено также в функции сказуемого, обозначая усиление действия (в словаре указано только «быстрое»<sup>9</sup>):

Кабанов. Уж так тоскует, так тоскует, что ах!

Авдотья Максимовна. Ах, боже мой! Тятенька мне ничего не говорил об этом.

Авдотья Максимовна. Ах, нет, тятенька меня любит.

Авдотья Максимовна. Ах, нет, нет! – что вы это, ни за что на свете!..

Арина Федотовна. Ах, отстань ты от меня, почём я знаю.

Арина Федотовна. Ах, Дунюшка, как это интересно, кабы ты знала!<sup>10</sup>

Фетинья. Ах, редкости какие!

Настя. Ах, уйдите, уйдите.

Настя. Ах, я так и знала.

Настя. Ах, это ужасно, ужасно!<sup>11</sup>

Для указания на усиленное, продлённое произношение междометия драматург повторяет гласную букву:

Вихорев. (*Берёт себя за голову.*) А-ах! (т. 1).

Отличительной чертой многих междометий является их двух- или трёхкратное повторение. Оформляться на письме такие единицы могут как отдельные слова и с дефисным написанием как одна единица.

Катерина. Не трогай, не трогай меня! Ах, ах!

Катерина. Ах, ах, перестань. У меня сердце упало. Ах! (т. 2).

<sup>9</sup> Там же.

<sup>10</sup> Островский А.Н. Полное собрание сочинений в 16 т. Т. I: Пьесы 1847–1854 / сост. Г.И. Владыкин; подгот. текста и коммент. С.Ф. Елеонского, А.И. Ревякина. М.: Гослитиздат, 1950. 416 с. В тексте: т. 1.

<sup>11</sup> Островский А.Н. Полное собрание сочинений в 16 т. Т. 6: Пьесы. 1871–1874 / сост. К.Н. Державин; подгот. пьес и коммент. Н.В. Водовозова и др. М.: Гослитиздат, 1950. 374 с. В тексте: т. 6.

<sup>6</sup> Большой толковый словарь русского языка. С. 859.

<sup>7</sup> Большой толковый словарь русского языка.

<sup>8</sup> Там же. С. 52.

Анна Антоновна. Скажите, пожалуйста! Ах-ах-ах!.. (*Качает головой.*) (т. 1).

Мигачёва. Ах, ах, ах!

Настя. Ах, ах!

Крутицкий. Ах, ах, потерял! (т. 6).

Второе частотное междометие *ой* в пьесе «Не в свои сани не садись» отсутствует, а в «Грозе» только дважды встречается в составе междометного комплекса *ой ли* 'употребляется как выражение сомнения, недоверия: верно ли? так ли?'<sup>12</sup>:

Шапкин. Ой ли?

Кудряш. Что тут: ой ли! Я грубиян считаю; за что ж он меня держит? (т. 2).

В пьесах А.Н. Островского встречаются междометия *ох*, *эх*, *эй*. Дефиниции двух первых близки по описанию: 'выражает сожаление, печаль, боль и другие чувства', 'выражает сожаление, досаду, упрёк, укоризну'. Определение междометия *эй* дано по третьему типу: 'возглас, которым окликают, подзывают, обращаются к кому-либо'<sup>13</sup>. Это междометие подробно рассмотрено Ю.А. Цофиной [16].

Сравнение употреблений междометий *ох* и *эх* в пьесах А.Н. Островского показывает, что второе передаёт переживания героев с большей интенсивностью:

Вихорев. Ох, Максим Федотыч, страшно!

Русаков. Ох, Дунюшка, не верится мне...

Бородкин. Ох, кабы я на месте Максима Федотыча, я бы вам феферу задал.

Бородкин. Эх, Авдотья Максимовна, вспомните-с!

Бородкин. Эх, Авдотья Максимовна, грех вам!

Бородкин. Эх! загубила ты мою молодость!..

Русаков. Эх! (*Махнув рукой, отворачивается.*)

Степан (*один*). Должно быть, опять не выгорело! Эх, жизнь, жизнь!

Русаков. Эх, бестолков ты, сват (т. 1).

Кабанова. Ох, грех тяжкий!

Катерина. Ох, девушка, что-то со мной недоброе делается, чудо какое-то.

Борис. Эх, Кулигин, больно трудно мне здесь без привычки.

Катерина. Эх, Варя, не знаешь ты моего характеру.

Кудряш. Эх, Борис Григорьич, бросить надо.

Кулигин. Эх, сударь! Дела, дела! (т. 2).

Елеса. Ох, не пугай, я и так пуганый.

Анна. Ох, Настя, и я прежде стыдилась бедности, а потом и стыд прошёл.

Настя. Ох! Очень, очень любит.

Мигачёва. Ох, вернулись.

Мигачёва (*проходя мимо Нasti*). Чай да сахар всей компании. Ох, не очень ли важно вы расселись-то.

Баклушин. Ох, этот ростовщик проклятый, опутал он меня по рукам и по ногам.

Мигачёва. Эх, Михай Михеич, племяннику-то вы голодом заморили.

Крутицкий. Эх, какой ты болтун (т. 6).

Специфически оформляются повторы обоих междометий: в них гласный второго междометия присоединяется к первому, а во втором в конце добавляется тот же тематический гласный:

Русаков. Охо-хо – палка-то по ним плачет.

Русаков. Эхе-хе! Недаром пословица говорится: не бойся смерти, а бойся греха (т. 1).

Современный словарь разделяет редуцированное междометие на три части: *э-хе-хе*. Междометие *эх* входит в состав сложного междометия *эх-ма* 'употребляется для выражения досады, сожаления'<sup>14</sup>:

Русаков (*поражённый*). Эх-ма, сват, состарелся я, а всё ещё глуп (т. 1).

Петрович. Эх-ма! Прозевал (т. 6).

Местоименное наречие *как* в восклицательных предложениях употребляется для выражения высокой степени какого-либо состояния, признака, чувства. При описании междометия *ай* в словаре отмечается, что оно в этой же функции используется в сочетании

<sup>12</sup> Большой толковый словарь русского языка. С. 705.

<sup>13</sup> Там же. С. 759, 1528, 1513.

<sup>14</sup> Там же. С. 1528.



со словами *как, какой*<sup>15</sup>. В пьесе «Гроза» эмоционально подчёркивает семантику прилагательного междометно-местоимённый комплекс *ох как*:

Катерина. А горька неволя, ох как горька (т. 2).

Междометие *эй* используется в пьесах для обращения к другому человеку или окружающим людям. В речи Селиверста Потапыча Маломальского из пьесы «Не в свои сани не садись» оно свидетельствует о грубых манерах этого содержателя трактира и гостиницы, что подчёркивается также использованием местоимения *ты*:

Маломальский. Эй ты! Прибирай чай.

Маломальский (*допивает, стучит по столу и кричит*). Эй, молодцы!.. Прибирай всё, слышь ты, прибирай... (*Стучит.*) (т. 1).

В речи Дикого в пьесе «Гроза» грубость, невежливость снижается за счёт прилагательного *почтенный*, используемого как фамильярное обращение<sup>16</sup>, и формы множественного числа:

Дикой. Эй, почтенные! Прислушайте-ка, что он говорит!

Это междометие используется также безымянным героем:

Голос за сценой: «Эй, лодку!» (т. 2).

Междометия с нестандартным фонемным составом, приблизительно передающие фонатику человека, являются своеобразным показателем лингвокультуры этносообщества, поэтому они значительно отличаются в записи на разных языках. Русское междометие *тьфу*, которое передаёт звук плевок и 'выражает презрительное отношение к кому-, чему-либо, раздражение, негодование и т. д.'<sup>17</sup>, даже в близкородственных языках имеет фонематические отличия при записи:

укр. *тьху*, белор. *цьфу*. В неродственных и далёких по родству языках запись столь существенно отличается, что можно только удивляться избирательности фонематического слуха разных народов: англ. *ugh*, *pshaw*, швед. *usch*, фр. *rouah*, исп. *uf*, чеш. *fuj*, венг. *huh*, тур. *öf*, якут. *ньфу*, эстон. *pheuw*, кит. 呃 [è], япон. うわー [uwa] и т. п.

В пьесах это междометие встречается в составе междометно-местоимённого комплекса, в котором местоимение десемантизируется и используется только для усиления передачи раздражения говорящего:

Русаков. Тьфу ты, прах побери!

Дикой. Тьфу ты, проклятый! Что ты как столб стоишь-то! (т. 1, 2).

Столь же этноспецифическим является междометие, употребляющееся при затруднении, нерешительности сказать, произнести что-либо; оно может также в ответной реплике выражать сомнение, недоверие, иронию<sup>18</sup>. Эта единица весьма приблизительно фиксирует произносимый человеком нечленораздельный звук. В русском языке у него два варианта: *гм* и *хм*. Несколько весьма несхожих вариантов фиксируется в разных языках: англ. *humph*, *umph*, *ahem*, *hem*, *um*; нем. *äh*, *um*, фр. *hum*, *euh*, ит. *ehm*, *uhm* и др.

В пьесе А.Н. Островского «Не в свои сани не садись» междометие *гм* используется для показа коммуникативных затруднений Маломальского:

Маломальский. Гм!.. Выпьём сперва-наперва.

Маломальский. Гм... приходит это, примерно, ко мне...

Маломальский (*с важною физиономиею показывает на Бородину*). Теперича этот молодец... гм!.. к примеру... (*мигает глазом*) то есть, примерно, приходит он ко мне...

Маломальский. Это, сват, со всяким может... гм... потому захочет что сделать, если, примерно... как ты её удержишь или усмотришь... настоящее я тебе дело говорю...

Маломальский. Гм!.. (*Мигает глазом*). Не бери!

<sup>15</sup> Большой толковый словарь русского языка. С. 410, 31.

<sup>16</sup> Там же. С. 249.

<sup>17</sup> Там же. С. 1356.

<sup>18</sup> Там же. С. 211.

Встречается оно и в речи других персонажей:

Степан. Гм! где ему служить!

Вихорев. Гм! Дело-то скверно!..

Бородкин. Они пошли-с... гм... недалечко-с... скоро придут... (т. 1).

В пьесах А.Н. Островского в большом количестве употребляются вторичные междометия. Православная жизнь русского народа отразилась в переходе вокативных конструкций со словами *Боже, Господи* в звательной форме и словосочетаний со словом *Бог* в именительном и косвенным падежах в междометия. Следует, однако, помнить, что действие произведений происходит в XIX веке, русские люди являются истинно верующими, поэтому для них в этих конструкциях междометная и религиозная функции строго не разделяются. Кроме того, некоторые сходные конструкции рассматриваются не как междометия, а как вводные слова, но при этом их дефиниции близки к междометным: *ей-богу* 'I. междометие. Употребляется для подтверждения чего-либо, уверения в чём-либо; в самом деле, действительно. <...> II. в значении вводного слова. Употребляется при уверении в чём-либо'. В пьесах отмечены вторичные междометия *ей-богу, Господи* 'выражает восторг, удивление, негодование и т. п.'; *Боже мой* 'выражает восторг, удивление, досаду, нетерпение и т. п.'; *Бог с ним / ней / ними* 'выражает прощение, примирение, согласие или, напротив, возмущение, удивление, упрёк'<sup>19</sup>:

Авдотья Максимовна. Нет, мне стыдно, ей-богу, стыдно!..

Русаков (*вбегая*). Где? Что? Господи! (Всплеснув руками.) Господи! непусти!

Русаков (*садится к столу и подписывает голову рукой*). Господи, поддержи!

Авдотья Максимовна. Господи! измучилась...

Авдотья Максимовна. Ах, боже мой!

Бородкин. Вы не думайте, Селиверст Потапыч, чтобы я польстился на деньги, или там на приданое, ничего этого нет; мне что приданое,

Бог с ним, потому у меня и своего довольно; а как собственно я очень влюблён в Авдотью Максимовну.

Русаков. Коли кто из вас увидит её, так скажите ей, что отец ей зла не желает, что коли она, бросивши отца, может быть душой покойна, жить в радости, так Бог с ней!

Авдотья Максимовна. Ну, говорит, Бог с тобой!

Авдотья Максимовна. Бог с ними, и с деньгами, не в деньгах счастье (т. 1).

Борис. Ах, Боже мой!

Борис (*не видя Катерины*). Боже мой! Ведь это её голос!

Кабанов. Ах ты, Господи! (т. 2).

Мигачёва. Ах, Боже мой! (т. 6).

Современные словари определяют словосочетания *избави (помоги, сохрани, упаси) Бог* как междометие, которое выражает страх, боязнь при приближении, наступлении чего-либо чреватого нежелательными последствиями, а *прости, Господи* – в значении вводного слова 'указывает на резкость высказанной оценки, суждения и т. п.'<sup>20</sup>. Столь же противоречиво даны дефиниции коммуникативных единиц *Слава тебе, Господи!* – в значении междометия 'выражает удовлетворение чем-либо' [2, с. 222] и *Слава Богу!* – в значении вводного словосочетания 'к счастью'<sup>21</sup>. Е.А. Фивейская описывает проблемы разработки междометий со словом *Бог* для толкового словаря [17].

В пьесах А.Н. Островского персонажи используют эти единицы с явно выраженным религиозным содержанием:

Борис. Сохрани Господи! Сохрани меня Господи!

Кабанов. Нет, маменька! Сохрани меня Господи!

Катерина. Нет, нет, не надо! Что ты! Что ты! Сохрани Господи!

Феклуша. Что за крайности, матушка! Сохрани Господи от такой напасти!

Борис. Сохрани меня Бог! (т. 2).

Крутицкий. Боже тебя сохрани!

Анна. Боже вас сохрани! (т. 6).

<sup>19</sup> Большой толковый словарь русского языка. С. 296, 222-223, 87, 86.

<sup>20</sup> Там же. С. 86, 222.

<sup>21</sup> Там же. С. 222, 86.

Обратим внимание на пунктуационное оформление этих выражений в пьесах А.Н. Островского. Драматург всегда обращение отделяет запятой, в данном же случае знака нет, поскольку высказывание воспринимается им как единый комплекс с утратой вокативной функции у существительного.

### ВЫВОДЫ

В пьесах А.Н. Островского представлен весь спектр междометий, функционирующих в русском языке. Значительное место в текстах занимают первичные междометия, с помощью которых автор отражает разнообразие чувств и переживаний героев. В число самых частотных слов пьес входят междоме-

тия *ну* и *ах*. Встречаются также примарные междометия *ох*, *эх*, *эй* и др. В словарях отмечены три типа определений для первичных междометий: 1) употребляется как выражение боли, досады, эмоций (*ой*); 2) выражает эмоции (*эх*); 3) коммуникативный возглас (*эй*). Вторичные междометия в пьесах А.Н. Островского в основном представлены прошедшими интеръективизацией словами *Бог*, *Боже*, *Господи*, используемыми как самостоятельно, так и в составе междометных конструкций (*сохрани Господи*, *Бог с тобой* и др.). Во многих случаях трудно провести границу между междометным и религиозным употреблением данных единиц в речи персонажей.

### Список источников

1. Супрун В.И. Паремийные библионимы А.Н. Островского: к 200-летию со дня рождения драматурга // Региональная ономастика: проблемы и перспективы исследования: сб. науч. ст. к юбилею А.М. Мезенко. Витебск: Изд-во ВГУ им. П.М. Машерова, 2023. С. 167-171. <https://elibrary.ru/jvnyru>
2. Русская грамматика. Т. I: Фонетика. Фонология. Ударение. Интонация. Словообразование. Морфология / гл. ред. Н.Ю. Шведова. М.: Наука, 1980. 784 с. <https://www.prlib.ru/item/362423?ysclid=lmr7jz4vx7313054728>
3. Серёда Е.В. Место междометий в системе частей речи: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2004. 20 с.
4. Серёда Е.В. Морфология современного русского языка: Место междометий в системе частей речи. М., 2005. 159 с. <https://elibrary.ru/qsaxjn>
5. Вежбицкая А. Семантические универсалии и базисные концепты. М.: Языки славянских культур, 2011. 568 с.
6. Добрушина Н.Р. Принципы и методы системного лексикографического описания междометий: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1995. 25 с. <https://elibrary.ru/zkrlxd>
7. Стернин И.А., Цофина Ю.А. Методика описания семантики междометия (на материале междометия *ах*) // Мир русского слова. 2017. № 1. С. 33-36. <https://elibrary.ru/yhhnnp>
8. Бодур Е.Д., Королева О.П. Междометие в лингвострановедческом аспекте // Язык. Культура. Коммуникация. 2016. № 1 (19). С. 278-284. <https://elibrary.ru/gyttum>
9. Шаронов И.А. Междометия в языке, в тексте и в коммуникации: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2009. 36 с. <https://elibrary.ru/nlhabh>
10. Jespersen O. The Philosophy of Grammar. L.: George Allen & Unwin LTD, 1924. 859 p.
11. Есперсен О. Философия грамматики / пер. с англ. В.В. Пассека, С.П. Сафроновой; под ред. и с предисл. Б.А. Ильиша. Изд. 3-е, стер. М.: URSS; Ленанд, 2006. 404 с.
12. Бабайцева В.В., Максимов Л.Ю. Современный русский язык: в 3 ч. Ч. 3: Синтаксис. Пунктуация. 2-е изд., перераб. М.: Просвещение, 1987. 255 с.
13. Schachter P. Parts of speech systems // Language Typology and Syntactic Description. Vol. 1: Clause structure / ed. T. Shopen. Cambridge; New York: Cambridge University Press, 1985. P. 3-61.
14. Sharoff S., Umanskaya E., Wilson J. Frequency Dictionary of Russian: Core Vocabulary for Learners. London; New York: Routledge, 2013. 384 p.
15. Ду Сянь. Местометно-междометные комплексы в русском художественном тексте и проблемы их перевода на китайский язык // Новые горизонты русистики. 2022. № 18. С. 69-73. <https://elibrary.ru/rnkbnl>

16. Цофина Ю.А. Лексикографическое представление психолингвистического значения междометий (на материале междометия эй) // Филологические чтения: Человек. Текст. Дискурс: материалы конф. / под ред. И.А. Стернина, М.В. Шамановой. Ярославль: Ярославский гос. ун-т им. П.Г. Демидова, 2019. С. 65-69. <https://elibrary.ru/gdoyvv>
17. Фивейская Е.А. Проблемы разработки междометий для толкового словаря (на материале междометий со словом Бог) // Российская академическая лексикография: современное состояние и перспективы развития: сб. науч. ст. по материалам Междунар. конф., посвящ. 70-летию выхода первого тома академического «Словаря современного русского литературного языка». СПб.: Ин-т лингвистических исследований РАН, 2018. С. 450-463. <https://elibrary.ru/hqoonr>

## References

1. Suprun V.I. Paremiinye bibliionimy A.N. Ostrovskogo: k 200-letiyu so dnya rozhdeniya dramaturga [Proverbial biblionyms A.N. Ostrovsky: to the 200th anniversary of the birth of the playwright]. *Sbornik nauchnykh statei k yubileyu A.M. Mezenko «Regional'naya onomastika: problemy i perspektivy issledovaniya»* [Proceedings for the Anniversary of A.M. Mezenko "Regional Onomastics: Problems and Prospects for Research"]. Vitebsk, Vitebsk State University named after P.M. Mashcerov Publ., 2023, pp. 167-171. <https://elibrary.ru/jvnyru> (In Russ.)
2. Shvedova N.Yu. (ed. in chief). *Russkaya grammatika. T. I: Fonetika. Fonologiya. Udarenie. Intonatsiya. Slovoobrazovanie. Morfologiya* [Russian grammar. Vol. 1: Phonetics. Phonology. Emphasis. Intonation. Word formation. Morphology]. Moscow, Nauka Publ., 2023, 784 p. (In Russ.)
3. Sereda E.V. *Mesto mezhdometii v sisteme chastei rechi: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk* [Place of Interjections in the System of Parts of Speech: PhD (Philology) diss. abstr.]. Moscow, 2004, 20 p. (In Russ.)
4. Sereda E.V. *Morfologiya sovremennogo russkogo yazyka: Mesto mezhdometii v sisteme chastei rechi* [Morphology of the Modern Russian Language: The Place of Interjections in the System of Parts of Speech]. Moscow, 2005, 159 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/qsaxjn>
5. Vezhbitskaya A. *Semanticheskie universalii i bazisnye kontsepty* [Semantic Universals and Basic Concepts]. Moscow, Languages of Slavic Cultures Publ., 2011, 568 p. (In Russ.)
6. Dobrushina N. R. *Printsipy i metody sistemnogo leksikograficheskogo opisaniya mezhdometii: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk* [Principles and Methods of Systematic Lexicographic Description of Interjections: PhD (Philology) diss. abstr.]. Moscow, 1995, 25 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/zkrlxd>
7. Sternin I.A., Tsofina Yu.A. Methods of interjection semantics description (as exemplified in interjection ah description). *Mir russkogo slova = World of the Russian Word*, 2017, no. 1, pp. 33-36. (In Russ.) <https://elibrary.ru/yhhnnp>
8. Bodur E.D., Koroleva O.P. Interjection in its linguocultural aspect. *Yazyk. Kul'tura. Kommunikatsiya = Language. Culture. Communication*, 2016, no. 1 (19), pp. 278-284. (In Russ.) <https://elibrary.ru/gyttum>
9. Sharonov I.A. *Mezhdometiya v yazyke, v tekste i v kommunikatsii: avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk* [Interjections in Language, Text and Communication: Dr. habil (Philology) diss. abstr.]. Moscow, 2009, 36 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/nlhabh>
10. Jespersen O. *The Philosophy of Grammar*. London, George Allen & Unwin LTD, 1924, 859 p.
11. Espersen O. *Filosofiya grammatiki*. [The Philosophy of Grammar]. Moscow, URSS, Lenand Publ., 2006, 404 p. (In Russ.)
12. Babaitseva V.V., Maksimov L.Yu. *Sovremennyyi russkii yazyk: v 3 ch. Ch. 3: Sintaksis. Puntuatsiya* [Modern Russian language: in 3 pt. Pt. 3: Syntax. Punctuation]. Moscow, Prosveshchenie Publ., 1987, 255 p. (In Russ.)
13. Schachter P. Parts of speech systems. In: Shopen T. (ed.). *Language Typology and Syntactic Description. Vol. 1: Clause structure*. Cambridge, New York, Cambridge University Press, 1985, pp. 3-61.
14. Sharoff S., Umanskaya E., Wilson J. *Frequency Dictionary of Russian: Core Vocabulary for Learners*. London, New York, Routledge Publ., 2013, 384 p.
15. Du Xian. Pronounal-intermething complexes in the Russian artistic text and problems of their translation into Chinese. *Novye gorizonty rusistiki* [New Horizons of Russian Studies], 2022, no. 18, pp. 69-73. (In Russ.) <https://elibrary.ru/rnkbnl>
16. Tsofina Yu.A. The lexicographical representation of interjection psycholinguistic meaning (as exemplified in interjection эй). In: Sternin I.A., Shamanova M.V. (eds.). *Materialy konferentsii «Filologicheskie chteniya: Chelovek. Tekst. Diskurs»* [Proceedings of the Conference "Philological Readings: Man. Text.

- Discourse”]. Yaroslavl, P.G. Demidov Yaroslavl State University Publ., 2019, pp. 65-69. (In Russ.) <https://elibrary.ru/gdoyvv>
17. Fiveiskaya E.A. Problemy razrabotki mezhdometii dlya tolkovogo slovary (na materiale mezhdometii so slovom Bog) [Problems of developing interjections for an explanatory dictionary (based on the material of interjections with the word God)]. *Sbornik nauchnykh statei po materialam Mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii, posvyashchennoi 70-letiyu vykhoda pervogo toma akademicheskogo «Slovara sovremennogo russkogo literaturnogo yazyka» «Rossiiskaya akademicheskaya leksikografiya: sovremennoe sostoyanie i perspektivy razvitiya»* [Proceedings based on the Materials of the International Scientific Conference Dedicated to the 70th Anniversary of the Publication of the First Volume of the Academic “Dictionary of Modern Russian Literary Language” “Russian Academic Lexicography: Current State and Development Prospects”]. St. Petersburg, Institute for Linguistic Studies of Russian Academy of Science Publ., 2018, pp. 450-463. (In Russ.) <https://elibrary.ru/hqoonr>

#### Информация об авторе

Ду Сянь, аспирант, кафедра русского языка и методики его преподавания, Волгоградский государственный социально-педагогический университет, г. Волгоград, Российская Федерация, <https://orcid.org/0009-0009-3077-713X>, [1256618347@qq.com](mailto:1256618347@qq.com)

**Вклад в статью:** идея, работа с литературными источниками, обработка материала, написание текста статьи и оформление.

Поступила в редакцию 07.07.2023  
Поступила после рецензирования 03.10.2023  
Принята к публикации 12.10.2023

#### Information about the author

Xian Du, Post-Graduate Student, Russian Language and Methods of Teaching Department, Volgograd State Socio-Pedagogical University, Volgograd, Russian Federation, <https://orcid.org/0009-0009-3077-713X>, [1256618347@qq.com](mailto:1256618347@qq.com)

**Contribution:** idea, work with literary sources, material processing, manuscript text drafting and editing.

Received July 7, 2023  
Revised October 3, 2023  
Accepted October 12, 2023



НАУЧНАЯ СТАТЬЯ / ORIGINAL ARTICLE

УДК / UDC 81'28; 81'286

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-760-766>

Шифр научной специальности 5.9.5

## Типы формальных вариантов слова в лексической системе донских говоров Волгоградской области

Ирина Михайловна ФИЛАТОВА 

ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный социально-педагогический университет»

400131, Российская Федерация, г. Волгоград, просп. им. В.И. Ленина, 27

✉ [Irina.50390@yandex.ru](mailto:Irina.50390@yandex.ru)

**Аннотация.** Донские говоры – при всём своеобразии языковых черт – являются органичной частью русского диалектного пространства. Исследуемые говоры являются социально изолированными, что обуславливает такое присущее им лингвокультурное явление, как престижность, поэтому донской диалект сохраняет наиболее важные особенности традиционной системы. Изучение проблемы вариативности позволяет проследить становление лингвокультурологического пространства, которое образует лексика донского диалекта, оценить современное состояние лексической системы изучаемых говоров. На материале донских казачьих говоров рассмотрен вопрос о функционировании в диалектной лексической системе формальных вариантов слова. Проанализирована формальная внутрисистемная диалектная вариантность, охватывающая варианты словообразовательного уровня. Представлен краткий обзор имеющихся на сегодняшний день точек зрения в отношении понимания вариативности в отечественной лингвистической традиции. Выявлены критерии при разведении синонимов и вариантов в лексической системе донского диалекта. Собранный материал позволил проследить особенность диалектной лексической системы, заключающейся в развитии большого количества вариантов слов. Исследование показало, что варианты слова в донских говорах являются неотъемлемой частью диалектной лексической системы, способствующие её сохранению. Изучение формальной вариативности позволяет показать состояние лексической системы русских говоров на современном этапе.

**Ключевые слова:** вариативность, вариантность, языковой вариант, синонимы, говоры, донской диалект

**Для цитирования:** Филатова И.М. Типы формальных вариантов слова в лексической системе донских говоров Волгоградской области // Неофилология. 2023. Т. 9. № 4. С. 760-766. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-760-766>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



## Types of formal variants of words in the lexical system of Don patois of the Volgograd region

Irina M. FILATOVA 

Volgograd State Socio-Pedagogical University  
27 V.I. Lenina Ave., Volgograd, 400131, Russian Federation  
✉ [Irina.50390@yandex.ru](mailto:Irina.50390@yandex.ru)

**Abstract.** Don patois – with all the originality of linguistic features - are an organic part of the Russian dialect space. The studied patois are socially isolated, which determines such an inherent linguocultural phenomenon as prestige, therefore the Don patois retains the most important features of the traditional system. Studying the problem of variability allows us to trace the formation of the linguocultural space that forms the vocabulary of the Don patois, and to assess the current state of the lexical system of the studied dialects. Based on the material of Don Cossack patois, the question of the functioning of formal variants of a word in the dialect lexical system is considered. The formal intra-system dialect variation, covering variants of the word-formation level, has been analyzed. A brief overview of currently available points of view regarding the understanding of variability in the domestic linguistic tradition is presented. Criteria have been identified for distinguishing synonyms and variants in the lexical system of the Don patois. The collected material made it possible to trace the peculiarity of the dialect lexical system, which consists in the development of a large number of word variants. The study showed that word variants in Don patois are an integral part of the dialect lexical system, contributing to its preservation. The study of formal variability allows us to show the state of the lexical system of Russian patois at the present stage.

**Keywords:** variability, variation, language variant, synonyms, dialects, Don patois

**For citation:** Filatova, I.M. Types of formal variants of words in the lexical system of Don patois of the Volgograd region. *Neofilologiya = Neophilology*, 2023;9(4):760-766. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-760-766>



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



### ВВЕДЕНИЕ

Проблема вариативности в лингвистике продолжает оставаться актуальной при изучении функционирования языка и при исследовании внутриязыковых факторов его развития и изменения. Вариантологический аспект при исследовании лексики русских народных говоров также обращает на себя внимание, так как устная форма бытования говоров способствует возникновению вариантов слова. Дialeктная лексическая система откликается как на внутривидовые импульсы, вызывающие изменения, так и на контакты с носителями литературного языка и других его форм [1, с. 142; 2].

Вопросы языковой вариативности затрагивались такими исследователями, как В.В. Виноградов, К.С. Горбачевич, В.И. Кодухов, Т.П. Ломтев, О.И. Москальская, Н.Н. Семенюк, М.Д. Степанова, Н.П. Овдиенко, И.Б. Хлебникова. Учёные при выделении варианта уделяют внимание и плану выражения, и плану содержания.

Понятие «вариативность» в языкознании не имеет общепринятой единой терминологии. Такие термины, как «варианты», «вариативность», «варьирование» являются объяснительными названиями и входят в класс терминов-толкований. Данные термины относятся к общенаучной лексике, так как вариативностью охвачено всё существующее

[3]. В Лингвистическом энциклопедическом словаре вариантность (вариативность) имеет следующие трактовки: 1) представление о разных способах выражения какой-либо языковой сущности как об её модификации, разновидности или как об отклонении от некоторой нормы; 2) термин, характеризующий способ существования и функционирования единиц языка и системы языковой в целом. Вариантность – фундаментальное свойство языковой системы и функционирования всех единиц языка. Под вариантами понимаются разные проявления одной и той же сущности, например, видоизменения одной и той же единицы, которая при всех изменениях остаётся сама собой<sup>1</sup>.

Таким образом, вариантами называют и формы одного языка (например, литературный язык, просторечие, диалекты), и модификации одной и той же единицы языка (фонемы, морфемы, словоформы, слова), которая при всех изменениях остаётся сама собой.

## ИССЛЕДОВАНИЕ И ЕГО РЕЗУЛЬТАТЫ

В центре внимания предлагаемого исследования находится лексика донского казачьего диалекта Волгоградской области. Донские говоры явились результатом смешения различных исконных русских, а позднее и украинских говоров с различными неславянскими, особенно тюркскими языками, так как Донской край длительное время был объектом набегов кубанских, крымских и ногайских татар. Интеграция различных диалектов привела к появлению своеобразных черт донских говоров в определённых ареалах. Современные донские говоры представляют собой качественно новую систему, в которой органически соединяются диалектные и литературные речевые средства [4, с. 4; 5].

Говоры Волгоградской области достаточно хорошо изучены и представлены в серии лексикографических работ волгоградских учёных: Л.М. Орлова, Т.А. Хмелевской, И.Г. Долгачёва, Е.И. Дибровой, Р.И. Кудряшовой, Е.В. Брысиной, В.И. Супруна,

Е.В. Кузнецовой и др. Однако проблема вариативности в данных говорах недостаточно изучена.

Материалом исследования послужили записи устной речи, сделанные в ходе диалектологических экспедиций в ряд населённых пунктов Волгоградской области: станицу Нижний Чир (далее Н-Чир), хутор Суворовский (далее Сув.), хутор Ближнемельничный (далее Б-мел.), хутор Ёлкин (далее Ёл.). Кроме записей речи диалектоносителей дополнительно использовались данные Словаря донских говоров Волгоградской области<sup>2</sup> (далее СДГВО).

При исследовании лексических единиц донских говоров, представленных формальными вариантами, непростой задачей является разведение вариантов и синонимов.

В Словаре лингвистических терминов понятие синонима включает в себя как план выражения, так и план содержания<sup>3</sup>. Наличие вариантов определяется функционально, то есть удобством произношения и написания. Отличие между вариантами отражает разновидность речи, определяемую условиями её употребления, а также различиями в социальной и территориальной принадлежности говорящих людей. Из этого следует, что если различия в плане содержания существенны, то это синонимы, а если различия в плане содержания незначительны и связаны с разными условиями употребления в речи, то это варианты.

В.П. Москвин в работе «Правильность современной русской речи: норма и варианты» рассматривает параметры, по которым варианты сближаются с синонимами или отличаются от них: 1) языковые варианты всегда абсолютно равнозначны; 2) в отличие от абсолютных синонимов, варианты тождественны в функциональном отношении, поэтому считаются регулярно взаимозаменяемыми; 3) языковые варианты представляют собой

<sup>2</sup> Словарь донских говоров Волгоградской области / авт.-сост. Р.И. Кудряшова, Е.В. Брысина, В.И. Супрун; под ред. проф. Р.И. Кудряшовой. Изд. 2-е, перераб. и доп. Волгоград: Издатель, 2011. 703 с.

<sup>3</sup> Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. 2-е изд., стер. М.: Сов. энцикл., 2014. 608 с.

<sup>1</sup> Ярцева В.Н. Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Сов. энцикл., 1990. 682 с.

модификации формы одного и того же слова [6, с. 86-87].

Вариантность диалектного слова может быть представлена формальным, семантическим и формально-семантическим типами варьирования. В исследовании представлена только формальная внутрисистемная диалектная вариантность, которая охватывает словообразовательные варианты.

Под формальными вариантами слова в предлагаемом исследовании понимаются различные видоизменения внешней стороны слова, не приводящие к нарушению его тождества [7, с. 9; 8].

Ряды словообразовательных вариантов в донских говорах могут включать в себя разное количество модификаций диалектного слова с разными аффиксальными морфемами: суффиксальными (*обливной* – *облитой*, ‘покрытый эмалью, эмалированный’ [СДГВО, с. 366], *разв́алины* – *разв́алки* ‘низкие и широкие сани без сиденья, с расходящимися врозь от передка боками; розвальни’ [СДГВО, с. 499], *разжарéть* – *разжар́иться* ‘размориться, распариться от жары’ (*Надявай тёплыи сапаги, ни ражжаришси. Баню пака тапила, ражжарела*) [Сув.], *разл́атый* – *разл́атанный* ‘широко разветвляющийся, расходящийся в стороны, раскидистый’ (*Ад-ни грушыны были танюсинькии, стройныи, а другии разлатыи. Тютину спилить нада, стаить насиридины разлатаная*) [Б-мел.], *обв́енуть* – *обв́екнуть* ‘немного слегка подсохнуть, подсохнуть, обсохнуть’ [СДГВО, с. 363], *обвидн́еться* – *обвидн́ять* ‘рассвести (о наступлении рассвета)’ (*Как абвиднеица, бабусинка у нас уже вставала. Абвидняить няхай трошки, тады пайдём*) [Сув.], *облы́гать* – *облы́гаться* ‘намеренно вводить в заблуждение, обманывать’ [СДГВО, с. 366], *обу́жа* – *обу́тка* ‘обувь’ [СДГВО, с. 371], *обл́ец* – *обл́ечик* ‘сорная трава с острыми, жёсткими листьями, разновидность пырея’ (*Аблец – или аблечик ишо называют – яво кошки любять*) [Сув.], *ос́енка* – *ос́еницина* ‘овечья шерсть осенней стрижки’ [СДГВО, с. 386], *рассв́енуться* – *рассв́есть* ‘рассвести (о наступлении рассвета)’ (*Зимой колхознику та тяжало, не успеить расвесть, а уже ночь. Ещѐ не расвениться, а люди уже шли в церк-*

*ву*) [Б-мел.]; приставочными: *разж́и́жка* – *подж́и́жка* ‘то, что используется для разжигания топлива, огня; растопка’ (*Ветачки наламаим – эта на разжыику будить. Карапки я с магазина бяру на паджыику*) [Ёл.], *обр́иднуть* – *настобр́иднуть* ‘стать неприятным, сильно надоест, опротиветь, опостылеть’ (*Всѐ уже абрыдла, настачертела. Эти каты мне так настабрыдли*) [Н-Чир].

Словообразовательные варианты в донском казачьем диалекте могут сопровождаться грамматическими и фонематическими отличиями.

Грамматические отличия выражены в категориях рода и/или числа. М./ж.: *обч́ин* – *обч́инок* – *обч́ина* – *обч́инка* ‘первый ряд брёвен в срубе, нижний венец дома’ [СДГВО, с. 371], *огло́ед* – *огло́едина* ‘ненасытный человек, обжора’ (*Аглает мой вещна галодный. Всѐ пажрал, аглаедина*) [Н-Чир], *огуд́ал* – *огуд́ала* ‘что-то большое по размерам, объёму’ [СДГВО, с. 375], *ола́дик* – *ола́душка* ‘лепёшка из некрутого теста, испечённая на сковороде’ (*Внуцка мне принясла аладики нады, а я адин съела и ни хащу большы. Аладушка вкусная. Ана из щаво, из кабацков?*) [Ёл.]; ж./ср.: *одо́нь* – *одо́нье* ‘специальная укладка снопов колосьями внутрь’ [СДГВО, с. 378], *гляд́елка* – *гляд́ельце* ‘зеркало’ [СДГВО, с. 110], *дупелька* – *дупельце* ‘маленькая кадка, сделанная из цельного дерева’ [СДГВО, с. 155]; м./ср.: *гум́енник* – *гум́нище* ‘зерновой ток’ [СДГВО, с. 127], *глинозѐм* – *глин́ище* ‘почва с примесью глины’ [СДГВО, с. 109]; ед./мн.: *оз́имки* – *оз́имник* ‘первый снег’ [СДГВО, с. 379], *окра́ина* – *окра́инцы* ‘таялая вода между берегом и льдом’ [СДГВО, с. 381], *окру́г* – *окру́ги* ‘вокруг, кругом, около’ (*Акруг посмотрела, ничаво ни нашла. Он живѐт недалеко, в наших акругах*) [Н-Чир], *оста́лец* – *оста́льцы* ‘то, что осталось, остаток’ [СДГВО, с. 387], *провод́ины* – *провожа́нка* ‘провода’ [СДГВО, с. 484].

К фонематическому типу диалектизмов можно отнести «слова с теми же корнями, аффиксами и значениями, что и в литературном языке, но с фонематическими различиями, не составляющими фонетических и морфологических закономерностей, то есть не являющихся элементами фонетических и



морфологических систем языка» [9, с. 38; 10, с. 8].

Рассмотрим группы фонематических вариантов, представленных в донских говорах.

1. Варианты слова, которые отличаются гласными фонемами. А/е: *опи́шник* – *опи́шник* ‘утеплённое помещение для зимовки пчёл, омшаник’ [СДГВО, с. 385]; а/ы: *обна́кновенно* – *обыкновенно́* ‘обычно, обыкновенно’ [СДГВО, с. 367], *пупля́та* – *пупля́ты* ‘завязь плодов, овощей’ (*Агу́рцов пока нет, адни пупля́та ляжа́ть. Ты за́щем их напудила, одни пупля́ты, большы́х нет*) [Б-мел.]; е/о: *обеча́йка* – *обоча́йка* ‘обод решета, бочки и других предметов круглой формы’ (*Эта на заборе вися́ть абеча́йки, раньшы са́лили всё в каду́шках, абача́йки на них на́дявали*) [Н-Чир]; *ро́внечко* – *ро́внечко́* ‘гладко, плоско, ровно, очень ровно’ (*Теста ровнечка на́да раскаты́вать. Бабу́шка на руках шы́ла, у ня́ё шов ровнечко́ шёл*); е/я: *осо́бе* – *осо́бя* ‘прежде всего, в особенности, особенно’ [СДГВО, с. 387], *опо́сле* – *опо́сля* ‘позже, потом’ (*Апосли позна буди́ть. Пога́ди, апасля пайде́м*) [Ёл.]; и/ы: *остру́кивать* – *остру́кывать* ‘обрывать, обдёргивать, сдирать со стебля, початка; очищать’ (*Ку́курузу раньшы приня́сут, астру́кають, наворя́ть, и мы дети́ ели, и ни чё большы́х ни прасили. Астру́кывать – значить абди́рать, листу́шки, на́пример, с ветки*) [Сув.], *растаба́ривать* – *растаба́рывать* ‘пустословить’ (*Ну, хвата́ть растаба́рива́ть, па́шли. Нече́ва растаба́рывать*); у/ы: *абы́каку́шный* – *абы́какы́шный* ‘плохой, кое-какой’ [СДГВО, с. 19], *ого́лтуш* – *ого́лтыш* ‘непонятливый, несообразительный, бестолковый человек’ [СДГВО, с. 374].

2. Варианты слова, которые различаются количеством гласных фонем (гласный/ноль звука): *отколу́пывать* – *отклу́пывать* ‘отщипывать, отковыривать’ (*Не атка́лупыва́й баля́чку. Ма́сла ишо́ не па́дтаи́ла, а ты на чу́ть-чу́ть атклу́пывай*) [Сув.], *огорно́вать* – *ограно́вать* ‘окружать со всех сторон’ [СДГВО, с. 374].

3. Варианты слова, которые различаются согласными фонемами. По способу и месту образования: *ото́мок* – *ото́нок* ‘тонкая несъедобная плёнка в мясе’ [СДГВО, с. 394], *разбу́здай* – *разбу́злай* ‘несообразительный,

рассеянный человек’ [СДГВО, с. 499]; по звонкости-глухости: *разве́триться* – *разве́дриться* ‘после дождя, ненастья стать ясным, проясниться (о погоде)’ (*Разветри́лась тро́шки. Ско́ра разве́дрилась*) [Б-мел.]; по твёрдости-мягкости: *обе́дочный* – *обедочный* – *обедечный* ‘надоевший в полдень (о молоке)’ (*Удой абе́дачный. Э́та мала́ко абеда́чная. Абе́дачная мала́ко се́ла на пра́стаква́шу*) [Н-Чир].

4. Варианты слова, которые различаются количеством согласных фонем: *око́леси́ца* – *око́лэ́сница* ‘бред, глупость, вздор, бессмыслица’ [СДГВО, с. 381].

5. Варианты слова, которые различаются гласными и согласными фонемами одновременно: *рва́нки* – *рва́нцы* – *рва́нушки* – *рванчи́ки* ‘кусочки рванного рукой теста, сваренные в кипящем бульоне или воде’ [СДГВО, с. 513], *облому́чий* – *обло́мный* ‘обильный, урожайный’ [СДГВО, с. 366], *а́жнак* – *а́жник* – *а́жнык* – *а́жно* ‘усилительная частица, союз даже’ (*А́жнак абидна ста́ла. Он убéх а́жнык на дру́гую ули́цу*) [Н-Чир], *расче́каться* – *расче́ка́каться* ‘длительное время издавать резкие звуки, похожие на треск, трещать; растрещаться’ (*Расче́калась пичу́шка ка́кая-то. Ку́ры расче́кались и расче́кались, а э́та хорь, на́верна, при́хадил*) [Н-Чир], *огни́во* – *огни́вце* ‘шнур, нить, крепящие сеть к верёвкам’ [СДГВО, с. 374].

Таким образом, имеющийся лексический материал показывает, что формальная вариативность в донских говорах Волгоградской области является достаточно продуктивной, чему способствует устная форма диалектной речи.

На материале донских говоров можно проследить особенность диалектной лексической системы, которая заключается в развитии большого количества вариантов слов.

Формальные варианты в исследуемых говорах образуют как пары, так и вариантыные ряды. Самые многочисленны вариантыные ряды составляют наречия. Например: *онтéда* – *онтéле* – *онтéлеча* – *онтéль* – *онтóльча* – *онтудá* – *онтудóва* – *онтудли́ча* – *онтудль* – *онты́ль* – *онтэ́да* – *онтэ́ля* ‘из того или с того места, оттуда’ (12 слов); *отсéда* – *отсэ́да* – *отсéдова* – *отсéле* – *отселе́ва* – *от-*



*селича* – *отсель* – *отсѹда* – *отсѹдова* – *отсѹль* ‘из этого или от этого места, отсюда’ (10 слов); *откѣда* – *откѣдова* – *откѣле* – *откѣли* – *откѣлича* – *откѣличка* – *откѣль* – *откѣльча* – *откѣля* ‘из какого места, откуда’ (9 слов).

Стоит отметить, что варианты слова имеют разную функциональную нагрузку в донских говорах. Какие-то из них часто употребляются, широко распространены, а какие-то редко употребляются диалектоносителями, в основном пожилыми жителями. Например, *ско́лизь* – *склізь* ‘ледяная корка на поверхности земли; скользкая дорога, поверхность земли, гололедица’. Слово *сколизь* зафиксировано в СДГВО, но в речи диалектоносителей за последние 10 лет, как показывают материалы диалектологических экспедиций, уже не отмечается, а встречается только слово *склизь*.

Имеются нейтральные варианты, которые свободно сочетаются друг с другом, и

варианты, которые употребляются в определённых речевых ситуациях. Наиболее употребительными становятся те слова, у которых коммуникативная нагрузка выше, они воспринимаются местным населением как правильные.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Итак, вариативность слова является явлением, характеризующим все языковые системы, но наиболее широко она представлена в диалектах. Варианты слова в донских говорах Волгоградской области являются неотъемлемой частью диалектной лексической системы, способствующие её сохранению. Изучение формальных вариантов требует дополнительного исследования не только в рамках отдельного говора, но и в соотношении говор – говор, говоры – литературный язык.

## Список источников

1. Богословская З.М. Соотнесённость формального и лексико-семантического варьирования в языковой системе // Вестник КемГУ. 2013. № 4-1 (56). С. 142-145. <https://elibrary.ru/rswlrlt>
2. Кузнецова Т.Б. Русская диалектология. Ставрополь: СГПИ, 2017. 160 с. <https://elibrary.ru/wjwjjez>
3. Дубровина С.Н. Вариативность как универсальное свойство языка // Верхневолжский филологический вестник. 2015. № 3. С. 44-48. <https://elibrary.ru/vntlhn>
4. Кудряшова Р.И. Специфика языковых процессов в диалектах изолированного типа (на материале донских казачьих говоров Волгоградской области). Волгоград: Перемена, 1998. 93 с. <https://elibrary.ru/udgmnp>
5. Брысина Е.В., Шестак Л.А. Лексикология. Лексикография. Фразеология. Волгоград: Перемена, 2004. 235 с. <https://elibrary.ru/ugrfwj>
6. Москвин В.П. Правильность современной русской речи: норма и варианты. М.: Флинт, 2022. 256 с. <https://elibrary.ru/yrirlh>
7. Блинова О.И. Русская диалектология. Лексика. Томск: Изд. Томского ун-та, 1984. 133 с. <https://elibrary.ru/ysezqh>
8. Каракулов Б.И. К вопросу о сущности литературного языка и его региональных вариантах // Вестник Удмуртского университета. Серия «История и филология». 2013. № 2. С. 159-165. <https://elibrary.ru/qbjmab>
9. Филлин Ф.П. Очерки по теории языкознания. М.: Бослен, 2008. 336 с. <https://elibrary.ru/qtmyxp>
10. Лукина А.Е. Понятие «Языковой вариативности» в отечественной и зарубежной лингвистической традиции // Вестник ЮУрГУ. Серия: Лингвистика. 2014. Т. 11. № 1. С. 7-11. <https://elibrary.ru/rydeal>

## References

1. Bogoslovskaya Z.M. Ratio of formal and lexical-semantic variation of the word in the language system. *Vestnik KemGU = Bulletin of Kemerovo State University*, 2013, no. 4-1 (56), pp. 142-145. (In Russ.) <https://elibrary.ru/rswlrlt>
2. Kuznetsova T.B. *Russkaya dialektologiya* [Russian Dialectology]. Stavropol, Stavropol State Pedagogical Institute, 2017, 160 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/wjwjjez>

3. Dubrovina S.N. Variability as a universal property of language. *Verkhnevolzhskii filologicheskii vestnik = Verhnevolzhski Philological Bulletin*, 2015, no. 3, pp. 44-48. (In Russ.) <https://elibrary.ru/vntlhn>
4. Kudryashova R.I. *Spetsifika yazykovykh protsessov v dialektakh izolirovannogo tipa (na materiale donskikh kazach'ikh govorov Volgogradskoi oblasti)* [Specificity of Linguistic Processes in Dialects of an Isolated Type (Based on The Material of the Don Cossack Dialects of the Volgograd Region)]. Volgograd, Peremena Publ., 1998, 93 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/udgmnp>
5. Brysina E.V., Shestak L.A. *Leksikologiya. Leksikografiya. Frazeologiya* [Lexicology. Lexicography. Phraseology]. Volgograd, Peremena Publ., 2004, 235 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/ugrftwj>
6. Moskvina V.P. *Pravil'nost' sovremennoi russkoi rechi: norma i varianty* [Correctness of Modern Russian Speech: Norm and Options]. Moscow, Flint Publ., 2022, 256 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/yrirhl>
7. Blinova O.I. *Russkaya dialektologiya. Leksika* [Russian Dialectology. Vocabulary]. Tomsk, Tomsk State University Publ., 1984, 133 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/ysezqh>
8. Karakulov B.I. To the question on essence of the literary language and its regional variants. *Vestnik Udmurtskogo universiteta. Seriya «Istoriya i filologiya» = Bulletin of Udmurt University. History and Philology Series*, 2013, no. 2, pp. 159-165. (In Russ.) <https://elibrary.ru/qbjmab>
9. Filin F.P. *Ocherki po teorii yazykoznaniiya* [Essays on the Theory of Linguistics]. Moscow, Boslen Publ., 2008, 336 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/qtmypx>
10. Lukina A.E. Concept of variability in Russian and world linguistics. *Vestnik YuUrGU. Seriya: Lingvistika = Bulletin of the South Ural State University. Series: Linguistics*, 2014, vol. 11, no. 1, pp. 7-11. (In Russ.) <https://elibrary.ru/rydeal>

#### Информация об авторе

**Филатова Ирина Михайловна**, ассистент кафедры русского языка и методики его преподавания, Волгоградский государственный социально-педагогический университет, г. Волгоград, Российская Федерация, <https://orcid.org/0009-0001-5721-5219>, [Irina.50390@yandex.ru](mailto:Irina.50390@yandex.ru)

**Вклад в статью:** разработка идеи, общая концепция статьи, анализ результатов опроса, написание и оформление статьи.

Поступила в редакцию 21.04.2023

Поступила после рецензирования и доработки 31.08.2023

Принята к публикации 14.09.2023

#### Information about the author

**Irina M. Filatova**, Assistant of Russian Language and Methods of Its Teaching Department, Volgograd State Socio-Pedagogical University, Volgograd, Russian Federation, <https://orcid.org/0009-0001-5721-5219>, [Irina.50390@yandex.ru](mailto:Irina.50390@yandex.ru)

**Contribution:** idea development, main study conception, survey results analysis, manuscript drafting and design.

Received April 21, 2023

Approved after reviewing and revision August 31, 2023

Accepted September 14, 2023

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ / ORIGINAL ARTICLE

УДК / UDC 81'42+811.161.1

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-767-778>

Шифр научной специальности 5.9.5

## Дидактический потенциал аутентичных рекламных текстов на занятиях по русскому языку как иностранному

Марина Викторовна ТЕРСКИХ  , Ольга Анатольевна ЗАЙЦЕВА 

ФГАОУ ВО «Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского»

644077, Российская Федерация, г. Омск, просп. Мира, 55-А

 [terskihm@mail.ru](mailto:terskihm@mail.ru)

**Аннотация.** Изучен дидактический потенциал текстов современной коммерческой рекламы на занятиях по русскому языку как иностранному. В теоретической части исследования авторы обращались к зарубежному опыту рассмотрения аутентичных материалов в качестве средства формирования коммуникативной компетенции при обучении иностранным языкам. Систематизированы подходы к понятию аутентичных материалов, принципам их отбора и алгоритмам применения в педагогической практике. Рекламный текст рассмотрен и как средство совершенствования языковой компетенции, и как инструмент интеграции компонентов культуры в процесс обучения, выявлены достоинства и недостатки рекламных текстов в аспекте их лингвометодической функции, сформулированы критерии отбора рекламных материалов для занятий по русскому языку как иностранному. В качестве практического материала представлен алгоритм работы с рекламными текстами на разных уровнях владения русским языком, предложены образцы заданий для использования на занятиях по русскому как иностранному в соответствии с тремя классическими этапами работы с текстом: подготовительным (преддемонстрационным), познавательным (демонстрационным) и закрепляющим (постдемонстрационным). В работе нашли применение такие методы исследования, как описательно-аналитический метод, метод систематизации и классификации, метод проектирования, а также коммуникативная методика обучения иностранному языку.

**Ключевые слова:** русский язык как иностранный, аутентичный материал, языковая компетенция, социокультурная компетенция, коммуникативная компетенция, аутентичный текст, коммуникативная дидактика, дидактический потенциал, рекламный текст

**Для цитирования:** Терских М.В., Зайцева О.А. Дидактический потенциал аутентичных рекламных текстов на занятиях по русскому языку как иностранному // Неофилология. 2023. Т. 9. № 4. С. 767-778. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-767-778>




Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



## Didactic potential of authentic advertising texts in Russian as a foreign language classes

Marina V. TERSKIKH  , Olga A. ZAYTSEVA 

Dostoevsky Omsk State University  
55-A Mira Ave., Omsk, 644077, Russian Federation  
 [terskihm@mail.ru](mailto:terskihm@mail.ru)

**Abstract.** The didactic potential of the texts of modern commercial advertising in Russian as a foreign language classes is studied. In the theoretical part of study, the authors turned to the foreign experience of considering authentic materials as a means of developing communicative competence in teaching foreign languages. Approaches to the concept of authentic materials, the principles of their selection and algorithms of application in pedagogical practice are systematized. The advertising text is considered both as a means of improving linguistic competence and as a tool for integrating cultural components into the learning process, the advantages and disadvantages of advertising texts in terms of their linguo-methodological function are identified, and criteria for selecting promotional materials for classes in Russian as a foreign language are formulated. As a practical material, an algorithm for working with advertising texts at different levels of Russian language proficiency is presented, sample tasks are proposed for use in Russian as a foreign language classes in accordance with the three classical stages of working with text: preparatory (pre-demonstration), cognitive (demonstration) and reinforcing (post-demonstration). In the work, such research methods as the descriptive-analytical method, the method of systematization and classification, the design method, as well as the communicative method of teaching a foreign language are used.

**Keywords:** Russian as a foreign language, authentic material, linguistic competence, sociocultural competence, communicative competence, authentic text, communicative didactics, didactic potential, advertising text

**For citation:** Terskikh, M.V., & Zaytseva, O.A. Didactic potential of authentic advertising texts in Russian as a foreign language classes. *Neofilologiya = Neophilology*, 2023;9(4):767-778. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-767-778>



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



### ВВЕДЕНИЕ

В последние несколько десятилетий мы можем наблюдать растущий интерес к использованию аутентичных материалов в практике преподавания иностранных языков. Кроме того, с развитием технологий материалы такого типа становятся более доступными, особенно в цифровых форматах. Несмотря на то, что эти материалы в основном предназначены для непедагогического использования, они могут быть ценным ресурсом для изучения русского как иностранного языка. Очевидно, вместе с тем, что эффек-

тивное использование аутентичных (оригинальных) текстов для целей преподавания и обучения требует системного, методически продуманного подхода. Цель данного исследования – рассмотреть преимущества использования аутентичных материалов (на примере аутентичных рекламных текстов) в практике обучения иностранным языкам, выявить проблемы, которые возникают при работе с текстами такого рода, предложить алгоритм использования оригинальных текстов малых жанров на занятиях русского как иностранного (РКИ).

## АУТЕНТИЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ В ПРАКТИКЕ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ

Для начала остановимся на базовом для нашего исследования понятии аутентичных («естественных») материалов, которые являются средством формирования языковой и социокультурной компетенций.

Вопрос об аутентичности материалов, используемых в процессе обучения иностранному языку, является достаточно дискуссионным. Рассмотрим ряд определений данного понятия для того, чтобы выявить ключевые признаки аутентичности.

1. Аутентичные тексты (либо письменные, либо устные) – это те, которые предназначены для носителей языка: они являются реальными текстами, созданными не для студентов, изучающих язык, а для носителей рассматриваемого языка<sup>1</sup>.

2. Под аутентичным мы понимаем любой материал, который не был специально подготовлен для целей преподавания языка<sup>2</sup>.

3. Аутентичными являются реальные тексты, не написанные в педагогических целях<sup>3</sup>.

4. Аутентичные материалы – это материалы, созданные для достижения определённой социальной цели в языковом сообществе [1, p. 144].

5. Аутентичные материалы – это материалы, которые изначально были направлены на аудиторию, говорящую на родном языке<sup>4</sup>.

6. Текст обычно считается текстуально аутентичным, если он написан не в учебных, а в реальных коммуникативных целях [2, p. 324].

Все приведённые выше определения ориентированы на происхождение материала и основаны на идее, что текст является ау-

тентичным тогда и только тогда, когда он предназначен для аудитории, для которой язык, на котором написан текст, является родным. В отличие от аутентичных материалов неаутентичные материалы специально предназначены для изучения языка. Неаутентичные материалы, как правило, определяются как тексты, которые специально создаются или адаптируются специалистами в педагогических целях. При этом язык в неаутентичных текстах зачастую предстаёт искусственным и неизменным. Цель текстов такого типа – демонстрация того, как правила языковой системы функционируют в предложениях, неаутентичный текст – это «пример использования языка, а не его реальное использование»<sup>5</sup>.

С нашей точки зрения, аутентичные материалы представляют собой широкий спектр аудиовизуальных и письменных текстов, которые изначально были созданы носителями того или иного языка для носителей этого же языка и не были предназначены для педагогического использования. Ценность материалов такого рода заключается преимущественно в их максимальном соответствии реальной коммуникативной практике. При этом, как отмечают П. Молина и Ж. Альфонсо-Варгас, «использование подлинных материалов по-прежнему ограничивается избранной группой учёных, а не является широко распространённой практикой» [3, p. 119].

Исследования, ориентированные на определение роли аутентичных материалов в развитии коммуникативной компетенции учащихся, демонстрируют положительные результаты такого педагогического подхода. Так, А. Гилмор представил сопоставительный анализ результатов использования аутентичных ресурсов и классических учебников. Полученные данные свидетельствуют о том, что использование подлинных материалов и упражнений, созданных на базе оригинальных текстов, является более эффективным, чем учебники, средством формирования и развития языковых, прагматических, социально-прагматических, стратегических и

<sup>1</sup> Harmer J. The practice of English language teaching. Harlow: Longman, 2001. P. 146.

<sup>2</sup> Nunan D. Designing tasks for the communicative classroom. Cambridge: Cambridge University Press, 1989. P. 54.

<sup>3</sup> Wallace C. Reading. Oxford: Oxford University Press, 1992. P. 145.

<sup>4</sup> Wilkins D. Notional Syllabuses: a taxonomy and its relevance to foreign language curriculum development. Oxford: Oxford University Press, 1976. P. 79.

<sup>5</sup> Widdowson H.G. Aspects of language teaching. Oxford: Oxford University Press, 1990. P. 43.



дискурсивных компетенций учащихся [4]. Высокая результативность обращения к аутентичным текстам связана, в частности, с возможностью изучать иностранный язык без отрыва от его дискурсивных особенностей.

Аналогичные результаты мы видим в исследовании Л. Сегени «Развитие коммуникативной и прагматической компетентности учащихся с использованием аутентичных языковых данных»: в рамках проведённого эксперимента автор обратил внимание на то, что оригинальные тексты вызвали большой интерес у студентов, в целом воспринимались ими более позитивно<sup>6</sup>. Кроме того, респонденты отмечали, что работа с подлинными языковыми материалами повышала их уверенность в себе, формировала у них ощущение использования языка в реальной коммуникативной ситуации, позволяла совершенно естественным путем создавать комплекс высказываний, направленных на уточнение корректности понимания интенции, смысла и т. п. Исследователь приходит к заключению, что при изучении иностранного языка необходимо делать акцент на различных компонентах коммуникативного подхода. Л. Сегени также высказывает предположение, что грамматика, произношение, лексика лучше усваиваются, когда студенты опираются на аутентичные материалы с понятными коммуникативными целями, а не на искусственно созданные и искусственно звучащие тексты учебников<sup>7</sup>.

Исследование «Влияние подлинных материалов и задач на коммуникативную компетентность учащихся в школе колумбийского языка» [5] также показало, что использование аутентичных ресурсов повышает коммуникативную компетентность изучающих английский язык. Вместе с тем авторы отмечают, что успешная реализация такого подхода к изучению иностранного языка в значительной степени определяется опытом учителя, в том числе его умением оказывать

педагогическую поддержку учащимся во время работы с аутентичными текстами. Очень важна грамотная интеграция оригинальных материалов в план урока: это не должно быть изолированное использование подлинных текстов, необходимо тщательно планировать эффективные переходы между предшествующей, фактической и последующей деятельностью.

Кроме того, лингвистами были тщательно изучены преимущества подлинных материалов для развития навыков аудирования, изучения лексики и понимания прочитанного. Л. Гадерпанахи в статье «Использование аутентичных аудиальных материалов для развития понимания на слух в классе EFL» [6] отмечает, что ученики, которые слушали аутентичные аудиозаписи носителей языка, значительно улучшили своё восприятие на слух. Важно подчеркнуть при этом важную роль упражнений перед прослушиванием и во время него. Так, во время первого прослушивания учитель приостанавливал устный текст после нескольких предложений и просил учеников идентифицировать словарные элементы, которые они практиковали на этапе перед прослушиванием. Затем студенты слушали текст ещё несколько раз с целью определить основную идею и вспомогательные детали. В число дополнительных задач входили ответы на вопросы и определение конкретной информации, которую они впоследствии обсуждали со своими одноклассниками.

Результативность обращения к аутентичным видеороликам на иностранном языке рассмотрена в статье О. Крайова и Т. Цыбанюк «Использование подлинных видеоматериалов при обучении аудированию». По мнению исследователей, можно отметить следующие преимущества работы с подлинным аудиовизуальным контентом: 1) доступ к аутентичной информации о культуре страны/народа; 2) повышение мотивации аудитории при изучении иностранного языка; 3) естественное использование языка в устной коммуникации, приближенной к реальному обмену информацией [7]. В качестве рекомендации авторы предлагают преподавателям проведение следующей подготовительной работы: 1) подбор аутентичных тек-

<sup>6</sup> Segueni L. Developing learners' communicative and pragmatic competence using authentic language data [Unpublished doctoral dissertation]. Nigeria: Biskra University, 2016. P. 44. <https://bu.umc.edu.dz/theses/anglais/SEG1393.pdf>

<sup>7</sup> Ibid. P. 362.

стов с учётом интересов и потребностей студентов; 2) предпросмотр, направленный на подготовку студентов к обсуждению какой-либо информации; 3) предварительное изучение новой лексики; 4) разбор грамматических конструкций, актуальных для выполнения той или иной коммуникативной задачи.

Одним из актуальных остаётся вопрос целесообразности обращения к оригинальным текстам при изучении новой лексики. Так, в статье Н. Ганбари с соавт. [8] представлен анализ эффективности использования аутентичных материалов при введении новой лексики. В исследовании участвовали две группы студентов, одна из которых использовала интернет-газету в качестве аутентичного материала для словарной практики, в то время как другая группа опиралась исключительно на свой учебник английского языка. Анализ показал, что группа, которая использовала аутентичный материал, продемонстрировала более высокие результаты в освоении новой лексики, чем группа, которая использовала только учебник.

Итак, на основании анализа научной литературы мы можем прийти к следующему выводу. Аутентичные тексты являются ценным материалом при изучении иностранного языка. К их достоинствам можно отнести следующие факторы [9–14]:

1) работа с оригинальными текстами позволяет более результативно осваивать новую лексику;

2) обращение к аутентичным текстам повышает интерес и мотивацию аудитории в процессе обучения иностранному языку;

3) взаимодействие с подлинными текстами формирует у студентов ощущение реалистичности коммуникативной ситуации, уверенность в своих силах, если обучающемуся придётся использовать иностранный язык в естественной коммуникации, облегчает переход от занятий в аудитории к реальной коммуникации;

4) работа с аутентичными текстами повышает концентрацию и вовлечённость студентов в образовательную деятельность;

5) материалы такого типа полезны для формирования и развития межкультурной компетентности.

Очевидно, однако, что у использования аутентичных материалов при обучении иностранному языку есть не только преимущества, но и недостатки. В зарубежных источниках отмечаются следующие сложности, которые возникают при обращении студентов к неадаптированным текстам, и недостатки данной образовательной технологии:

1) поиск соответствующих материалов и разработка сопровождающих их упражнений требуют от преподавателя довольно высокого методического мастерства (гораздо проще – и порой эффективнее – работать с учебником, задания в котором методически выверены специалистами) [15];

2) использование текстов, не соответствующих уровню учащихся, может вызвать разочарование и демотивацию [16];

3) плохо продуманные упражнения или сопровождающие работу с аутентичными текстами обучающие мероприятия также могут препятствовать получению необходимых результатов обучения;

4) быстрое устаревание аутентичных материалов приводит к необходимости тратить больше времени на поиск новых образцов и подготовку заданий [17];

5) в ряде случаев использование аутентичных материалов не может обеспечить необходимую результативность (некоторые специалисты полагают, что аутентичные материалы могут быть непригодны для обучения чтению и грамматике, и рекомендуют прибегать к сочетанию аутентичных и неаутентичных ресурсов [18]);

6) культурные аспекты в подлинных материалах порой требуют слишком много времени для объяснения контекстуальных особенностей.

Однако необходимо понимать, что учебная аудитория является безопасной средой для обучения, в конечном же итоге студентам нужно будет использовать иностранный язык вне класса, поэтому крайне важно применять подлинные материалы, которые будут систематически ориентировать учащихся на процесс естественной коммуникации. Использование трехкомпонентного цикла работы с аутентичными материалами (преддемонстрационный, демонстрационный, по-

стдемонстрационный) в совокупности с грамотно продуманными заданиями позволяет добиться высоких результатов в формировании коммуникативной компетенции.

## РЕКЛАМНЫЕ ТЕКСТЫ В ПРАКТИКЕ ПРЕПОДАВАНИЯ РКИ

Рекламные тексты обладают серьёзным лингвометодическим потенциалом и могут использоваться как средство формирования коммуникативной компетенции учащихся в процессе обучения РКИ. Кроме того, рекламные материалы содержат все достоинства аутентичных текстов, которые включены в процесс обучения. Они вполне могут дополнять языковую среду, а в некоторых случаях компенсировать её отсутствие на занятии по РКИ и за его пределами.

В качестве преимуществ рекламных текстов можно назвать следующие их черты: широкую доступность и распространённость, лаконичность, опору на общеизвестные реалии (рекламируемые объекты), наличие всего спектра единиц и фактов русского языка, включённых в учебные программы, демонстрацию живой, современной русской речи. Немаловажным является и аспект, связанный с формированием лингвострановедческой компетенции.

Некоторые исследователи считают, что работу с неадаптированными рекламными текстами целесообразно начинать на продвинутом уровне изучения иностранного языка, поскольку восприятие таких текстов предполагает наличие определённых фоновых знаний у обучающихся [19]. Действительно, многие рекламные тексты построены на прецедентных феноменах, содержат трудные для понимания и интерпретации линвокультуремы, однако рекламный дискурс неоднороден, в нём всегда можно найти доступные для восприятия примеры, которые можно использовать без адаптационной обработки на базовом, а иногда и на элементарном уровне освоения языка.

Элементарный уровень (A1) предполагает умение понимать знакомые слова и простые фразы, произносимые в медленном

темпе в ситуациях повседневного общения, знание основных норм этикета, умение составлять простые предложения о себе, своём хобби, месте жительства и т. д. На данном уровне возможно использование лаконичных рекламных текстов, позволяющих вводить и закреплять актуальную лексику, а также отрабатывать изучаемые грамматические конструкции. Оптимальным вариантом для элементарного уровня представляются тексты номинативного характера, в которых преобладают назывные предложения, включающие в себя имена существительные, прилагательные и предложно-падежные конструкции (в рамках изученных тем):

*М.Видео – техника для комфорта. Бонусы + скидки всем! Заказ 24 часа. Бонусная система. Рассрочка 0 %. Удобная доставка.*

В приведённом тексте присутствует интернациональная лексика (*комфорт, бонус, система*) и невербальные символы, которые облегчают восприятие и понимание текста. Кроме того, в нём есть актуальные лексические единицы, которые могут понадобиться обучающемуся в инокультурной среде: *заказ, рассрочка, доставка*.

Для работы на базовом уровне (A2) целесообразно подбирать более объёмные и сложные рекламные тексты. Алгоритм работы с рекламными текстами на данном уровне может выглядеть следующим образом.

1. Чтение текста и обсуждение его содержания, ответы на вопросы преподавателя. На данном уровне беседа по тексту может включать оценочные высказывания, выражение собственного мнения обучающихся, дискуссию по теме текста.

2. Лексическая работа с текстом (подбор однокоренных слов, замена лексических единиц синонимами, работа с фразеологическими единицами и т. д.).

3. Работа с грамматическими категориями и конструкциями (определение падежей существительных, составление словосочетаний по модели *существительное + существительное, глагол + существительное* и т. д.).

4. Выполнение заданий на трансформацию текста, а также на продуцирование собственных текстов или фрагментов.

Рассмотрим рекламный текст и комплекс заданий к нему, которые можно предложить обучающимся на уровне А2.

*Надоело жить от зарплаты до зарплаты? У тебя есть уникальная возможность решить свои финансовые проблемы. Получи кредит от нашего банка и воплоти в жизнь свою мечту.*

Задания к тексту.

1. Прочитайте текст. Как вы понимаете выражение *жить от зарплаты до зарплаты*? На какие цели вы могли бы взять кредит в банке? Что лучше: взять кредит в банке или взять в долг у друзей/родственников? Что значит *жить по средствам*? Должен ли человек жить по средствам? Как вы предпочитаете решать финансовые проблемы?

2. Образуйте прилагательные от существительных *жизнь, проблема, кредит, банк*, составьте словосочетания с полученными прилагательными.

3. Составьте предложения по модели *У тебя/вас есть уникальная возможность + Infinitive...* для рекламы каких-либо товаров или услуг.

4. Предложите свои варианты первого предложения для данного текста.

Приведём ещё один пример рекламного текста, который можно использовать на уровне А2.

*«Аврора» – самый большой специализированный салон по прокату свадебных платьев и аксессуаров в Новосибирске. Наши свадебные платья лучшие на рынке проката! В салоне вы найдёте широкий ассортимент фасонов по очень приятным ценам! Для наших невест мы предлагаем модные и изящные платья, о которых мечтает каждая девушка!*

Задания к тексту.

1. Прочитайте текст. Объясните смысл выражений *приятные цены, широкий ассортимент, прокат платьев*. Могли бы вы взять свадебное платье напрокат? Какую сумму вы готовы потратить на свадебное платье? А могли бы вы взять кредит на свадебное платье?

2. Составьте словосочетания по моделям: *прокат + Gen.plur.*; *ассортимент + Gen.plur.*

3. Объедините два предложения в одно с помощью слова *который*:

1) *в Новосибирске есть свадебный салон «Аврора». В салоне вы найдёте широкий ассортимент платьев и аксессуаров;*

2) *салон «Аврора» предлагает лучшие свадебные платья. О салоне знают все девушки Новосибирска;*

3) *каждая девушка мечтает купить свадебное платье в салоне «Аврора». Салону нет равных в Новосибирске.*

4. Допишите первое и последнее предложения для данного текста.

На продвинутых уровнях владения языком представляется целесообразным использовать рекламные тексты, построенные на базе прецедентных феноменов (цитат, пословиц и поговорок, фразеологических единиц, аллюзий), вводить задания, которые направлены на сопоставление рекламных текстов, созданных в родной стране, и текстов, созданных в стране изучаемого языка. На данном этапе интерес вызывают не только лексико-грамматические особенности аутентичных материалов, но и те социокультурные категории, которые находят отражение в этих текстах: нормы, ценности, этнические, социальные и профессиональные стереотипы и т. д.

При работе с аутентичными рекламными материалами не стоит забывать о том, что некоторые оригинальные тексты могут содержать речевые, грамматические, орфографические и пунктуационные ошибки, которые в большинстве случаев целесообразно корректировать до предъявления текста обучающимся. Однако в определённых ситуациях ошибочные конструкции могут служить базой для заданий, направленных на выявление и устранение недочётов текста.

Алгоритм работы с рекламными текстами на уровнях В1–В2 обычно включает три этапа.

1. Предтекстовый этап, на котором проводится лексическая и лексико-фразеологическая работа, обсуждаются вопросы, связанные с предметом и темой текста.

2. Этап знакомства с текстом, который предполагает чтение самого текста и беседу по его содержанию, а также задания на до-



полнение, коррекцию, трансформацию текста и его фрагментов.

3. Послетекстовую работу, направленную не только на закрепление лингвистического материала, но и на развитие коммуникативных навыков.

Рассмотрим рекламный текст, посвящённый одному из аквапарков Омска, и послетекстовые задания к нему.

*«АкваРИО» – самый большой Аквапарк в Омске! Почему именно мы?*

*Потому что только у нас 7 горок, 3 бассейна, мокрое кафе, кафе с детским игровым центром, SPA-комплекс и море впечатлений!*

*Здесь вас ждёт лето и отдых в любое время года:*

– *здесь специально для самых маленьких гостей предусмотрен лучший детский комплекс;*

– *здесь есть экстремальные горки, волновой бассейн, детский городок, джакузи;*

– *здесь целый SPA-комплекс услуг с массажем и пилингом рыбками Гарра Руфа;*

– *здесь работает магазин плавательных аксессуаров, фотостудия, два кафе;*

– *здесь вы можете отметить свой незабываемый День Рождения с приятными скидками.*

В качестве предтекстовых заданий обучающимся можно предложить ответить на вопросы по теме текста и разобрать значение некоторых выражений:

1. Вы когда-нибудь были в аквапарке? Вам нравится такой вид отдыха? / Вы хотели бы там побывать? Вы умеете плавать? / Вы хотели бы научиться плавать? Где вы предпочитаете плавать: в открытом водоёме или в бассейне? Почему?

2. Как вы понимаете смысл выражений *море впечатлений, приятные скидки*?

Послетекстовые задания могут выглядеть следующим образом.

1. Вы бы хотели посетить аквапарк, о котором говорится в данном тексте? Как вы думаете, почему аквапарк получил название «АкваРИО»?

2. Придумайте концовку для данного текста.

3. Постройте диалоги со следующими ролями:

1) менеджер аквапарка и посетитель, интересующийся ценами и услугами;

2) супруги, собирающиеся провести выходной в аквапарке;

3) друзья, один из которых является заведующим аквапарков, а другой идёт туда впервые.

4. Напишите позитивный/негативный отзыв о посещении аквапарка.

Нередко иностранные учащиеся, приезжающие в страну изучаемого языка на длительный период, арендуют здесь жильё, у них может возникнуть необходимость приобрести мебель или бытовую технику, а поскольку это товары с достаточно высокой стоимостью, студенты обращаются к таким ресурсам, как Авито, Юла, МЛСН. Для того чтобы обучающиеся могли ориентироваться в подобных объявлениях, можно использовать задания с рекламными текстами, размещёнными на указанных интернет-площадках.

*Продаю двуспальную кровать Лих за 7000 руб., покупали в магазине «Много мебели» за 20 тысяч, вместе с ортопедическим матрасом от Askona. Состояние отличное, есть подъёмный механизм, матрас нигде не продавлен. Продаю в связи с переездом. Осмотр по согласованию, только САМОВЫВОЗ! Размеры кровати: длина – 226, ширина – 169, высота изголовья – 110. Размеры спального места – 160×200.*

Задания к тексту.

1. Сыграйте диалог продавца и потенциального покупателя, прочитавшего это объявление.

2. Составьте подобное объявление о продаже мебели/бытовой техники/других вещей.

Преимуществом многих рекламных текстов является их поликодовый характер, который позволяет задействовать одновременно несколько каналов восприятия информации и тем самым повысить эффективность работы с данным материалом.

Далее приведём пример работы с поликодовым рекламным текстом (рис. 1) на занятиях по РКИ.

Задания к рекламному сообщению.

1. Рассмотрите рекламу детского сока «Тёма». Какие преимущества продукта отмечены в данной рекламе?



2. Объясните выбор цветовой гаммы и персонажей для этой рекламы.

3. Напишите рекламный текст на основе изображения.

4. Сыграйте диалог двух молодых мам, одна из которых рекомендует второй рекламируемый продукт.

Для развития навыков устной речи на занятиях по РКИ могут быть использованы не только печатные рекламные материалы, но и видеоролики. Например, можно предложить обучающимся посмотреть рекламный видеосюжет без звукового сопровождения, а потом дать задание на составление текста к данному сюжету. Для работы в группе подойдёт задание на разработку сценария видеорекламы какого-либо товара или услуги на основе просмотренных примеров. Для улучшения навыков аудирования целесообразно обращение к текстам радиорекламы.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Использование аутентичных рекламных текстов в практике преподавания иностранного языка, в частности РКИ, может быть весьма результативным ввиду существенного лингводидактического и лингвострановедческого потенциала данного типа материалов. К достоинствам рекламных текстов в аспекте их лингвометодической ценности можно отнести следующие параметры: лаконичность (тексты малоформатного жанра, при этом целостные и коммуникативно завершённые), доступность (представленность в сети Интернет), широкая распространённость (регулярная трансляция посредством массмедиа), привлекательность для реципиента (использование разнообразных аудиовизуальных инструментов воздействия), высокий лингвострановедческий потенциал (формирование представления о культуре и традициях России).

Вместе с тем у рекламных текстов есть и ряд недостатков, о которых необходимо помнить при отборе дидактического материала: наличие сложных для декодирования лингвокультурем; необходимость актуализации определённых фоновых знаний для адекватного понимания смысла; наличие непреднамеренных орфографических, пунктуационных и речевых ошибок, которые могут быть восприняты обучающимися как нормативные языковые конструкции; феномен неестественности дискурсивных действий (порой рекламный дискурс транслирует не вполне естественные коммуникативные практики).

Подчеркнём, что в основу отбора рекламных текстов для использования их в практике РКИ должны быть положены следующие принципы: методическая целесообразность; привлекательность для обучающихся; понятность/доступность текстов для декодирования; репрезентативность / лингвострановедческая ценность (в том числе способность формировать и поддерживать позитивный образ культуры); коммуникативная ценность.



Рис. 1. Реклама детского сока «ТЁМА»

Fig. 1. Advertising of children's juice "TYOMA"

### Список источников

1. *Peacock M.* The effect of authentic materials on the motivation // *ELT Journal*. 1997. Vol. 51. Issue 2. P. 144-156. <https://doi.org/10.1093/elt/51.2.144>
2. *Lee W.* Authenticity revisited: text authenticity and learner authenticity // *ELT Journal*. 1995. Vol. 49. Issue 4. P. 323-328. <https://doi.org/10.1093/elt/49.4.323>
3. *Romero-Molina P. X., Alfonso-Vargas J.* Authentic materials and task design: a teaching amalgam for listening // *Colombian Applied Linguistics Journal*. 2023. Vol. 25. № 1. P. 118-131. <http://dx.doi.org/10.14483/22487085.18581>
4. *Gilmore A.* "I prefer not text": developing Japanese learners' communicative competence with authentic materials // *Language Learning*. 2011. Vol. 61. Issue 3. P. 786-819. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9922.2011.00634.x>
5. *Castillo Losada C.A., Insuasty E.A., Jaime Osorio M.F.* The impact of authentic materials and tasks on students' communicative competence at a Colombian Language School // *Profile Issues in Teachers' Professional Development*. 2017. № 19 (1). P. 89-104. <http://dx.doi.org/10.15446/profile.v19n1.56763>
6. *Ghaderpanahi L.* Using authentic aural materials to develop listening comprehension in the EFL classroom // *Canadian Center of Science and Education*. 2012. № 5 (6). P. 146-153. <https://doi.org/10.5539/elt.v5n6p146>
7. *Kraiova O., Tsybaniuk T.* Use of authentic video materials in teaching listening // *Modern Information Technologies in the Sphere of Security and Defence*. 2015. № 3 (24). P. 141-144.
8. *Ghanbari N., Esmaili F., Rezam M.* The effect of using authentic materials on Iranian EFL learners' vocabulary learning // *Theory and Practice in Language Studies*. 2015. Vol. 5. № 12. P. 2459-2468. <http://dx.doi.org/10.17507/tpls.0512.05>
9. *Gómez L.F.* Fostering intercultural communicative competence through reading authentic literary texts in an advanced Colombian EFL classroom: a constructivist perspective // *Profile Issues in Teachers Professional Development*. 2012. № 14 (1). P. 49-66.
10. *Bernal-Pinzón A.N.* Authentic materials and tasks as mediators to develop EFL students' intercultural competence // *HOW Journal*. 2020. Vol. 27. № 1. P. 29-46. <https://doi.org/10.19183/how.27.1.515>
11. *Liu J.* Adaptation of authentic materials in English listening comprehension classes // *Theory and Practice in Language Studies*. 2016. Vol. 6. № 9. P. 1774-1779. <http://dx.doi.org/10.17507/tpls.0609.08>
12. *Зайцева О.А., Терских М.В.* Использование аутентичных текстов на занятиях по русскому языку как иностранному (на примере кулинарных рецептов) // *Коммуникативные исследования*. 2023. Т. 10. № 3. С. 607-624. [https://doi.org/10.24147/2413-6182.2023.10\(3\).607-624](https://doi.org/10.24147/2413-6182.2023.10(3).607-624)
13. *Зайцева О.А., Терских М.В.* Дидактический потенциал новостных видеосюжетов на занятиях по русскому языку как иностранному // *Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики*. 2023. № 2. С. 216-228. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2023-2-216-228>, <https://elibrary.ru/acvbjw>
14. *Цурцилина Н.Н.* К вопросу об обучении русскому языку как иностранному // *Неофилология*. 2018. Т. 4. № 16. С. 32-38. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2018-4-16-32-38>, <https://elibrary.ru/yqhyrn>
15. *Zyzik E.C., Polio C.* *Authentic Materials Myths: Applying Second Language Research to Classroom Teaching*. Michigan: University of Michigan Press, 2017. 184 p. <https://doi.org/10.3998/mpub.7892433>
16. *Al-Azri R.H., Al-Rashdi M.H.* The effect of using authentic materials in teaching // *International Journal of Scientific & Technology Research*. 2014. № 3 (10). P. 249-254.
17. *Torregrosa G., Sánchez-Reyes S.* Use of authentic materials in the ESP classroom // *Encuentro*. 2011. № 20. P. 89-94.
18. *Borucinsky M., Jelčić-Čolakovac J.* Promoting authenticity in the ESP classroom: the impact of ICT and use of authentic materials on reading comprehension // *5th International e-Conference on Studies in Humanities and Social Sciences: Conference Proceedings*. Belgrade: Center for Open Access in Science, 2020. P. 31-44. <https://doi.org/10.32591/coas.e-conf.05.03031b>
19. *Денисултанова В.Д.* Применение рекламных текстов на уроках русского языка как иностранного // *Новый мир. Новый язык. Новое мышление: 5 Междунар. науч.-практ. конф. М.: Дипломатическая академия МИД РФ*, 2023. С. 403-407. <https://elibrary.ru/fxbxsx>

## References

1. Peacock M. The effect of authentic materials on the motivation. *ELT Journal*, 1997, vol. 51, issue 2, pp. 144-156. <https://doi.org/10.1093/elt/51.2.144>
2. Lee W. Authenticity revisited: text authenticity and learner authenticity. *ELT Journal*, 1995, vol. 49, issue 4, pp. 323-328. <https://doi.org/10.1093/elt/49.4.323>
3. Romero-Molina P. X., Alfonso-Vargas J. Authentic materials and task design: a teaching amalgam for listening. *Colombian Applied Linguistics Journal*, 2023, vol. 25, no. 1, pp. 118-131. <http://dx.doi.org/10.14483/22487085.18581>
4. Gilmore A. "I prefer not text": developing Japanese learners' communicative competence with authentic materials. *Language Learning*, 2011, vol. 61, issue 3, pp. 786-819. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9922.2011.00634.x>
5. Castillo Losada C.A., Insuasty E.A., Jaime Osorio M.F. The impact of authentic materials and tasks on students' communicative competence at a Colombian Language School. *Profile Issues in Teachers' Professional Development*, 2017, no. 19 (1), pp. 89-104. <http://dx.doi.org/10.15446/profile.v19n1.56763>
6. Ghaderpanahi L. Using authentic aural materials to develop listening comprehension in the EFL classroom. *Canadian Center of Science and Education*, 2012, no. 5 (6), pp. 146-153. <https://doi.org/10.5539/elt.v5n6p146>
7. Kraiova O., Tsybaniuk T. Use of authentic video materials in teaching listening. *Modern Information Technologies in the Sphere of Security and Defence*, 2015, no. 3 (24), pp. 141-144.
8. Ghanbari N., Esmaili F., Rezam M. The effect of using authentic materials on Iranian EFL learners' vocabulary learning. *Theory and Practice in Language Studies*, 2015, vol. 5, no. 12, pp. 2459-2468. <http://dx.doi.org/10.17507/tpls.0512.05>
9. Gómez L.F. Fostering intercultural communicative competence through reading authentic literary texts in an advanced Colombian EFL classroom: a constructivist perspective. *Profile Issues in Teachers Professional Development*, 2012, no. 14 (1), pp. 49-66.
10. Bernal-Pinzón A.N. Authentic materials and tasks as mediators to develop EFL students' intercultural competence. *HOW Journal*, 2020, vol. 27, no. 1, pp. 29-46. <https://doi.org/10.19183/how.27.1.515>
11. Liu J. Adaptation of authentic materials in English listening comprehension classes. *Theory and Practice in Language Studies*, 2016, vol. 6, no. 9, pp. 1774-1779. <http://dx.doi.org/10.17507/tpls.0609.08>
12. Zaitseva O.A., Terskikh M.V. Ispol'zovanie autentichnykh tekstov na zanyatiyakh po russkomu yazyku kak inostrannomu (na primere kulinarykh retseptov) [The use of authentic texts in the classroom in Russian as a foreign language (on the example of culinary recipes)]. *Kommunikativnye issledovaniya = Communication Studies*, 2023, vol. 10, no. 3, pp. 607-624. (In Russ.) [https://doi.org/10.24147/2413-6182.2023.10\(3\).607-624](https://doi.org/10.24147/2413-6182.2023.10(3).607-624)
13. Zaitseva O.A., Terskikh M.V. Didactic potential of news videos in Russian as a foreign language classes. *Aktual'nye problemy filologii i pedagogicheskoi lingvistiki = Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics*, 2023, no. 2, pp. 216-228. (In Russ.) <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2023-2-216-228>, <https://elibrary.ru/acvbjw>
14. Tsurtsilina N.N. Russian language teaching as a foreign language. *Neofilologiya = Neophilology*, 2018, vol. 4, no. 16, pp. 32-38. (In Russ.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2018-4-16-32-38>, <https://elibrary.ru/yqhyrn>
15. Zyzik E.C., Polio C. *Authentic Materials Myths: Applying Second Language Research to Classroom Teaching*. Michigan, University of Michigan Press, 2017, 184 p. <https://doi.org/10.3998/mpub.7892433>
16. Al-Azri R.H., Al-Rashdi M.H. The effect of using authentic materials in teaching. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 2014, no. 3 (10), pp. 249-254.
17. Torregrosa G., Sánchez-Reyes S. Use of authentic materials in the ESP classroom. *Encuentro*, 2011, no. 20, pp. 89-94.
18. Borucinsky M., Jelčić-Čolakovac J. Promoting authenticity in the ESP classroom: the impact of ICT and use of authentic materials on reading comprehension. *5th International e-Conference on Studies in Humanities and Social Sciences: Conference Proceedings*. Belgrade, Center for Open Access in Science Publ., 2020, pp. 31-44. <https://doi.org/10.32591/coas.e-conf.05.03031b>
19. Denisultanova V.D. Application of advertising texts in the lessons of Russian as a foreign language. *5 Mezhdunarodnaya nauchno-prakticheskaya konferentsiya «Novyi mir. Novyi yazyk. Novoe myshlenie»* [The 5th International Scientific and Practice Conference "New World. New Language. New Thinking"]. Moscow, Diplomatic Academy of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation Publ., 2023, pp. 403-407. (In Russ.) <https://elibrary.ru/fxbxsx>

#### Информация об авторах

**Терских Марина Викторовна**, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры теоретической и прикладной лингвистики, Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, г. Омск, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0003-0127-6917>, [terskihm@mail.ru](mailto:terskihm@mail.ru)

**Вклад в статью:** общая концепция статьи, обобщение опыта исследователей, обработка результатов исследования, написание части текста статьи, оформление.

**Зайцева Ольга Анатольевна**, кандидат филологических наук, доцент кафедры теоретической и прикладной лингвистики, Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, г. Омск, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0003-2704-2158>, [o.a.plotnikova@rambler.ru](mailto:o.a.plotnikova@rambler.ru)

**Вклад в статью:** общая концепция статьи, сбор материала для анализа, написание части текста статьи.

Конфликт интересов отсутствует.

Поступила в редакцию 11.06.2023  
Поступила после рецензирования 24.08.2023  
Принята к публикации 14.09.2023

#### Information about the authors

**Marina V. Terskikh**, PhD (Philology), Associate Professor, Associate Professor of Theoretical and Applied Linguistics Department, Dostoevsky Omsk State University, Omsk, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0003-0127-6917>, [terskihm@mail.ru](mailto:terskihm@mail.ru)

**Contribution:** general manuscript concept, researches experience synthesis, study results processing, part manuscript text drafting, design.

**Olga A. Zaytseva**, PhD (Philology), Associate Professor of Theoretical and Applied Linguistics Department, Dostoevsky Omsk State University, Omsk, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0003-2704-2158>, [o.a.plotnikova@rambler.ru](mailto:o.a.plotnikova@rambler.ru)

**Contribution:** general manuscript concept, material acquisition for analysis, part manuscript text drafting.

There is no conflict of interests.

Received June 11, 2023  
Revised August 24, 2023  
Accepted September 14, 2023

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ / ORIGINAL ARTICLE

УДК / UDC 811.11

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-779-788>

Шифр научной специальности 5.9.6

## Роль числительных в формировании и функционировании топонимической системы: комплексный подход

Александра Владимировна УРАЗМЕТОВА 

ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий»

450076, Российская Федерация, Республика Башкортостан, г. Уфа, ул. Заки Валиди, 32

✉ [urazmetova82@mail.ru](mailto:urazmetova82@mail.ru)

**Аннотация.** Целью исследования является проведение комплексного анализа нумеративных топонимов на материале топонимической системы США. Материалом исследования послужили топонимы, содержащие числительные от 1 до 10 в количестве 20709 единиц, полученные методом сплошной выборки из топонимической базы данных США. Исследован процесс перехода числительных в разряд топонимической лексики. Выявлены структурные модели топонимов с числительными, наиболее частотные формы написания числительных, а также наиболее продуктивные числительные на карте США. Определены основные функции числительных в составе топонимов. Выявлено процентное соотношение исследуемых единиц в зависимости от типа обозначаемого объекта, которое показывает предпочтительное вхождение числительных в состав названий естественных объектов, преимущественно гидронимов. Выявлены штаты США с наибольшим и наименьшим количеством нумеративных топонимов. Проведён анализ распространённости нумеративных топонимов на территории США с представлением результатов на карте. Определена доля нумеративных топонимов в топонимической лексике США. Проведённое исследование вносит значимый вклад в расширение знаний о процессе создания топонимов, о роли, которую числительные играют в этом процессе, и об особенностях их семантики и функционирования. Эта работа может стать отправной точкой и инструментом для дальнейших исследований в области топонимического имяназвания, помогая нам лучше понять и объяснить когнитивные механизмы образования географических названий.

**Ключевые слова:** числительное, цифра, число, топоним, географическое название, топонимика, номинация, штат США

**Для цитирования:** Уразметова А.В. Роль числительных в формировании и функционировании топонимической системы: комплексный подход // Неофилология. 2023. Т. 9. № 4. С. 779-788. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-779-788>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная





## The role of numerals in the formation and functioning of the toponymic system: complex approach

Alexandra V. URAZMETOVA 

Ufa University of Science and Technology

32 Zaki Validi St., Ufa, 450076, Republic of Bashkortostan, Russian Federation

 [urazmetova82@mail.ru](mailto:urazmetova82@mail.ru)

**Abstract.** The aim of the research is to conduct a comprehensive analysis of numerative toponyms on the material of the USA toponymic system. The material of the research was toponyms containing numerals from 1 to 10 in the amount of 20709 units, obtained by the method of continuous sampling from the USA toponymic database. The numerals transition process into the category of toponymic lexicon is investigated. The structural models of toponyms with numerals, the most frequent forms of writing numerals, as well as the most productive numerals on the map of the USA are revealed. The main numerals functions in the toponyms composition are determined. The percentage ratio of the studied units depending on the type of the designated object is revealed, which shows the preferable occurrence of numerals in the natural objects names composition, mainly hydronyms. The states of the USA with the largest and the smallest numeralized toponyms were identified. The prevalence of numerative toponyms on the territory of the USA is analyzed and the results are presented on the map. The numerative toponyms share in the USA toponymic lexicon is determined. The research makes a significant contribution to the toponym creation process knowledge, the role that numerals play in this process, and the peculiarities of their semantics and functioning. The research can be a starting point and a tool for further research in the field of toponymic naming, helping better understand and explain the place name formation cognitive mechanisms.

**Keywords:** numeral, digit, number, toponym, geographic name, toponymy, nomination, USA state

**For citation:** Urazmetova, A.V. The role of numerals in the formation and functioning of the toponymic system: complex approach. *Neofilologiya = Neophilology*, 2023;9(4):779-788. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-779-788>



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



### ВВЕДЕНИЕ

Топонимическая лексика любого языка разнообразна по своим мотивационным признакам, выявление и исследование которых давно привлекает внимание как российских, так и зарубежных лингвистов. Одним из продуктивных элементов, на основе которых формируются топонимы, являются числительные. В лингвистической литературе исследования числительных как элемента топонимической системы представлены лишь фрагментарно, например, исследование числительных в топонимах Тувы [1], исследова-

ние нумеративных и градуальных характеристик топонимов Тамбова [2], употребление числительных в российской топонимии [3], представленность числительных в испаноязычной топонимии [4], роль числительных в образовании башкирских топонимов [5] и др.

На территории США можно обнаружить множество географических объектов, которые обладают нумеративным характером. Примеры включают такие топонимы, как *Two Rivers* (букв. две реки), *Three Churches* (букв. три церкви), *Five Points* (букв. пять углов), *Seven Hills* (букв. семь холмов) и др. Исследование нумеративных топонимов ак-

туально с точки зрения лингвистики, истории, социокультурной антропологии и географии. Это исследование может расширить наше знание о языке, культуре и истории США, а также помочь в понимании географических и социокультурных особенностей разных регионов.

## ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Цель исследования состоит в выявлении особенностей употребления нумеративного компонента в составе топонимических единиц. В качестве задач исследования следует выделить следующие: 1) определение и выявление всех нумеративных топонимов, включающих числа от 1 до 10 (в различных вариантах написания); 2) проведение количественного анализа исследуемых единиц в различных аспектах (в разрезе всей территории США и каждого штата в отдельности, а также в зависимости от вида географического объекта); 3) исследование ареала распространённости данных единиц с отражением результатов на карте США; 4) выявление функциональных и семантических особенностей нумеративного компонента в составе топонимов США.

Материалом данного исследования послужили нумеративные топонимы США, полученные методом сплошной выборки из базы данных топонимов США Geographic Names Information System (GNIS)<sup>1</sup>. В качестве единиц для анализа были отобраны количественные и порядковые числительные от 1 до 10 в составе топонимических единиц (общее количество 20709 ед.).

Следует учесть тот факт, что числительные в составе топонимов могут быть выражены на письме словесным, цифровым и буквенно-цифровым способами [3]. Буквенно-цифровой способ в американской топонимике встречается крайне редко (были зафиксированы только названия нескольких населённых пунктов в Техасе: *1st, 2nd, and 3rd Street Area Colonia, Garza-4th-6th Streets Colonia*).

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Переход числительного в топоним может осуществляться несколькими способами: 1) путём конверсии, например, название канала в Калифорнии *Six* и название населённого пункта *Six* в Западной Виргинии. Этот способ образования топонимов встречается крайне редко. Выше приведены два единственных примера, которые были зафиксированы на территории США; 2) путём синтаксической трансформации; «значительная часть топонимов с числительными представлены сложными словами или словосочетаниями из двух и более основ; в качестве вторых компонентов чаще всего выступают имена существительные или прилагательные» [1, с. 693], например, числ. + сущ. *One Mile* (букв. одна миля); числ. + сущ. + сущ. *Two Brothers Beach* (букв. пляж двух братьев); числ. + прил. + сущ. *Three Little Hills* (букв. три маленьких холма); сущ. + числ. *Reservoir Seven* (букв. водохранилище номер семь); сущ. + числ. + сущ. *Number Seven Canal* (букв. канал номер семь); прил. + числ. *Big Five* (букв. большая пятёрка); прил. + числ. + сущ. *Big Three Hollow* (букв. долина большая тройка); числ. + прич. + сущ. *Two Hearted Lakes* (озёра с двумя сердцами) и др.

Для проведения количественного анализа нумеративных топонимов с числительными от 1 до 10 все полученные единицы были подразделены на 4 класса: словесная форма (количественные и порядковые) и цифровая форма (арабские и римские). Результаты количественного анализа числительных в составе топонимических единиц США представлены в табл. 1.

Все примеры, за исключением примера к порядковому числительному *eight*, являются ойконимами, то есть представляют собой названия населённых пунктов США (табл. 1). Количественный анализ нумеративных топонимов США позволяет сделать следующие выводы: 1) наиболее продуктивными в составе топонимов являются числительные *один* и *два*; далее количество топонимов идёт на уменьшение, соответственно, наименее продуктивным является числительное *десять*; 2) учитывая тип орфографического варьирования топонимов

<sup>1</sup> Geographic Names Information System (GNIS). URL: <https://www.usgs.gov/tools/geographic-names-information-system-gnis> (accessed: 03.05.2023).

мов, самым продуктивным способом написания числительных в топонимах является написание арабскими цифрами (46,6 %), далее следуют количественные числительные в словесной форме (43,9 %), затем порядковые числительные в словесной форме (8 %), и реже всего встречаются числительные, написанные римскими цифрами (1,5 %); 3) если

рассматривать соотношение между словесной и цифровой формой, то здесь наблюдается незначительный перевес в пользу словесной формы, включающей в себя количественные и порядковые числительные (51,9 %); 4) римские цифры встречаются в топонимах в диапазоне от I до VIII, цифры IX и X в топонимах США отсутствуют.

Таблица 1

Количественный анализ нумеративных топонимических единиц США

Table 1

Numerative toponymic quantitative analysis of the USA units

Числительные	Количество нумеративных топонимов на территории США (ед.)/примеры/штаты				Итого
	Словесная форма		Цифровая форма		
	Количественные	Порядковые	Арабские цифры	Римские цифры	
One/first/1/I	1634 <i>Oak Forest One</i> (Utah)	532 <i>First Cliff</i> (Massachusetts)	2379 <i>Hill Number 1</i> (Alabama)	184 <i>Sunset Ridge I</i> (Arizona)	4729
Two/second/2/II	2118 <i>Two Bridges</i> (New Jersey)	502 <i>Second Crossing</i> (Texas)	2213 <i>Cash Corner Number 2</i> (North Carolina)	82 <i>Breezewood II</i> (Delaware)	4915
Three/third/3/III	1528 <i>Three Arch Bay</i> (California)	288 <i>Third Lake</i> (Illinois)	1172 <i>Clover Crest Number 3</i> (Utah)	18 <i>Lakewind III</i> (Delaware)	3006
Four/fourth/4/IV	911 <i>Big Four</i> (West Virginia)	204 <i>Fourth Lake</i> (New York)	882 <i>Chevy Chase Section 4</i> (Maryland)	11 <i>Mark IV Estates</i> (Nebraska)	2008
Five/fifth/5/V	927 <i>Figure Five</i> (Arkansas)	58 <i>Fifth Street</i> (Texas)	748 <i>Woodhaven Village Number 5</i> (Utah)	8 <i>Peak Heights V</i> (Arizona)	1741
Six/sixth/6/IV	477 <i>Six Locks</i> (Maryland)	28 <i>Sixth Vein</i> (Kentucky)	583 <i>Blue Jay 6</i> (West Virginia)	5 <i>Woodridge VI</i> (Arizona)	1093
Seven/seventh/7/VII	640 <i>Seven Oaks</i> (Tennessee)	28 <i>Seventh Day Hollow</i> (New York)	511 <i>Eagle Lake 7</i> (Wisconsin)	2 <i>Braemar VII</i> (Arizona)	1181
Eight/eighth/8/ VIII	276 <i>Eight Corners</i> (Wisconsin)	15 <i>Eighth Lake</i> (New York)	404 <i>Number 8</i> (Kentucky)	2 <i>Fairwood VIII</i> (Arizona)	697
Nine/ninth/9/IX	291 <i>Nine Mile</i> (Michigan)	8 <i>Ninth Street Junction</i> (California)	397 <i>Highway 9 Landing</i> (Oklahoma)	—	696
Ten/tenth/10/X	290 <i>Ten Spot</i> (Kentucky)	5 <i>Tenth Legion</i> (Virginia)	353 <i>Hy 10 Landing</i> (Oklahoma)	—	648
Bcero	9087	1668	9642	312	20709

Поскольку «числительные актуализируются в сознании человека как единицы, служащие для кодирования нумеративного топонимического смысла и представлений» [2, с. 262], одними из основных их функций в составе топонимов являются **идентифицирующая** и **дифференцирующая**. Эти функции предполагают наличие географического объекта с таким же названием, но уже с другой нумерацией. В структурном плане топонимы с нумеративной дифференциацией образуются «с помощью прибавления к каждому из противопоставляемых топонимов дополнительного признака в виде количественных или порядковых числительных» [6, с. 449], например, населённые пункты в округе Навахо штата Аризона *First Mesa* и *Second Mesa*.

Ещё одна функция, которую выполняют числительные как элементы топонимов, – **характеризирующая**. При топонимическом имяназвании «актуализируется сложный и противоречивый когнитивный процесс, определяющий механизмы интерпретации и категоризации человеком окружающей действительности» [7, с. 115]. Нумеративные топонимы могут дать представление об особенностях географического объекта и ландшафта определённой местности. Топонимы, содержащие числительные, могут указывать на количественные характеристики (количество озёр, рек, гор, холмов в данной местности). Например, название деревушки *Five Lakes* «пять озёр», расположенной в штате Мичиган, указывает на близость к пяти Великим североамериканским озёрам (*Great Lakes*). Регион США *Four Corners* «четыре угла» представляет собой уникальное место, где встречаются под прямыми углами границы четырёх штатов: Аризоны, Колорадо, Нью-Мексико и Юты. Название горной вершины в штате Вашингтон *Three Brothers* «три брата» указывает на наличие у неё трёх пиков. Употребление числительного в названии объекта может указывать на его форму, например, озеро *Figure Eight Lake* ранее имело два бассейна и напоминало восьмёрку. Примеров актуализации характеризующей функции числительных довольно много, приведём ещё несколько: *Town of Seven Springs* букв. город семи источников (North

Carolina), *Two River Lake* букв. озеро с двумя реками (Minnesota), *One Horn Mountain* букв. гора с одним рогом (Texas), *Two Mouth Creek* букв. ручей с двумя устьями (Idaho), *Three hat mountain* букв. гора с тремя шляпами (North Carolina). Числительные также могут указывать на размер или протяжённость географического объекта – *One Acre Lake* букв. озеро площадью в один акр (Minnesota); *Eight Foot Lake* букв. восьмифутовое озеро (Michigan); *Mile and One Half Canyon* букв. каньон длиной в полторы мили (Texas) и др.

Также числительные могут выполнять **культурно-историческую функцию**, выступая в качестве элементов «мемориальной и меморативной культуры» [8, с. 8]. Данная функция характерна преимущественно для числительных, написанных римскими цифрами, которые встречаются в сочетании с именами известных личностей, в честь которых названы географические объекты, например, *Richland III Election Precinct* (Nebraska), *Charlie I Trick Tank* (Arizona), *Marc I* (Florida), *Mark IV Estates* (Nebraska), *Mary I Anchorage* (Alaska) и др.

Числительные входят в состав названий как естественных (природных), так и искусственных (созданных человеком) объектов. Результаты количественного анализа числительных от 1 до 10 в составе топонимов в зависимости от объекта топонимической номинации представлены в табл. 2.

Результаты количественного анализа показывают, что числительные преобладают среди названий естественных объектов (74,6 %), также было выявлено значительное преобладание числительных в составе гидронимов (66,6 %). Приведём некоторые примеры: *Lake One*, *Pond Two*, *Bayou Three*, *Big Four Creek*, *Five Willow Spring*, *Six Stream*, *Middle Seven Rivers*, *Canal Number Eight*, *Nine Mile Bend*, *Ten Acre Fork* и др.

Дальнейшее количественное исследование проводилось на материале количественных числительных по каждому штату в отдельности. Результаты анализа показали, что больше всех числительных в топонимах наблюдается в штате Аризона (892 ед.). Приведём ещё несколько штатов с большим количеством нумеративных топонимов (в порядке

Таблица 2

Количественный анализ топонимов с числительными от 1 до 10  
в зависимости от объекта топонимической номинации

Table 2

Quantitative analysis of toponyms with numerals from 1 to 10  
depending on the toponymic nomination object

Естественные объекты			Искусственные объекты		
Топонимы	Референты топонимов	Процентное соотношение (%)	Топонимы	Референты топонимов	Процентное соотношение (%)
Гидронимы	водные объекты	66,6	Хоронимы	районы, регионы	17,8
Оронимы	горы, возвышенности, пещеры, гроты	6,8	Ойконимы	населённые пункты	7,3
Инсулонимы	острова	1,2	Урбанонимы	внутригородские объекты	0,3

убывания): Калифорния (815 ед.), Миннесота (611 ед.), Луизиана (587 ед.), Орегон (394 ед.), Монтана (312 ед.), Техас (309 ед.). Остальные штаты имеют менее 300 нумеративных единиц каждый. Наименьшее количество исследуемых единиц было зафиксировано в штатах Вермонт и Род Айленд (по 13 ед.). Среди штатов с небольшим количеством нумеративных топонимов также следует назвать: Нью-Джерси (31 ед.), Нью-Гэмпшир (31 ед.), Канзас (30 ед.), Небраска (30 ед.), Иллинойс (29 ед.), Айова (28 ед.), Коннектикут (24 ед.), Северная Дакота (22 ед.), Делавэр (18 ед.).

Нами было высказано предположение, что в больших по площади штатах должно быть больше нумеративных топонимов, в маленьких – меньше. Однако было установлено, что тенденция к использованию числительных в названиях географических объектов обуславливается не размером штата. В подтверждение того факта, что размер штата не является основополагающим критерием, можно привести следующие примеры: самый большой по площади штат США – Аляска занимает лишь 26 место по количеству топонимов с числительными, а такие крупные штаты, как Канзас, Небраска, Иллинойс, Айова, Северная Дакота, находятся в списке с

наименьшим количеством нумеративных топонимов.

Для чистоты эксперимента было принято решение сравнить количество выявленных нумеративных топонимов с общим количеством топонимов в каждом штате. Результаты количественного анализа частотности нумеративных топонимов в штатах США представлены в табл. 3.

Таким образом, самым «числительным» штатом является штат Луизиана, в котором 3,63 % топонимов являются нумеративными. Второе место занимает Миннесота (3,4 %) и на третьем месте находится штат Аризона (2,98 %), который является лидером по количественному показателю. Наименьшим по процентному соотношению нумеративных топонимов по отношению ко всем топонимам штата является Иллинойс (0,19 %). Вермонт и Род Айленд, в которых было обнаружено меньше всего топонимов с количественными числительными (по 13 ед.), занимают 48 и 30 позицию по процентной соотносённости с общим количеством географических названий на их территориях.

Результаты проведенного анализа распространённости нумеративных топонимов на территории США представлены на картах (рис. 1–3).



Таблица 3

## Частотность нумеративных топонимов в штатах США

Table 3

## Numeral toponyms frequency in the USA states

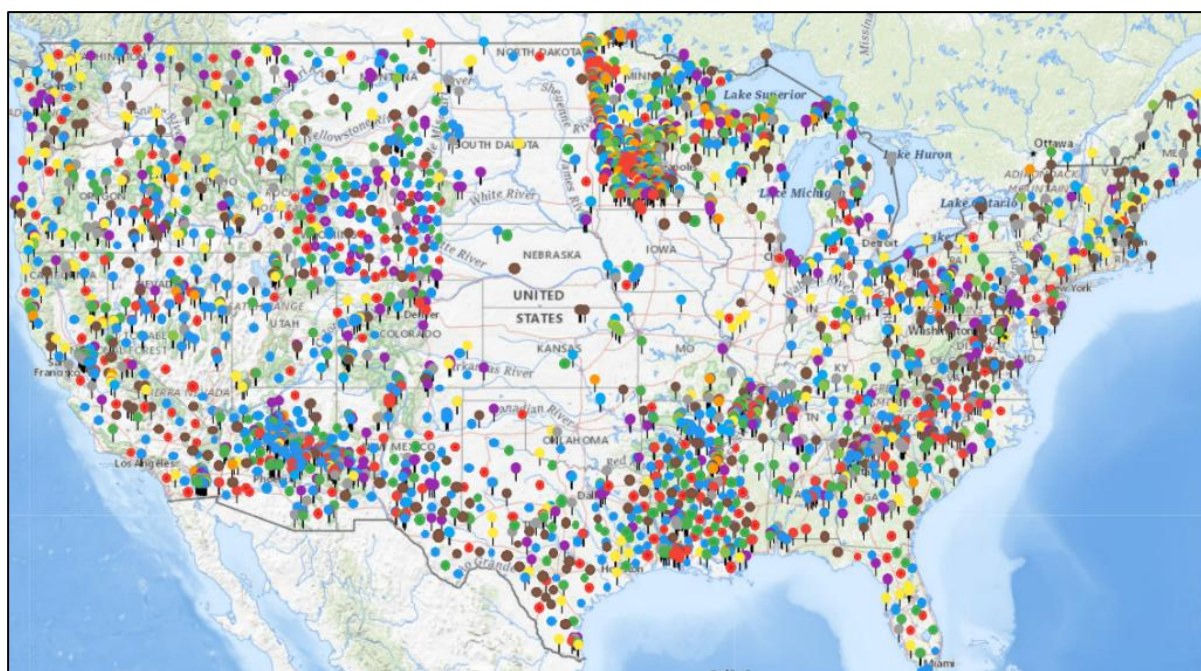
Штат	Количество нумеративных топонимов (ед.)	Процент нумеративных топонимов (%)	Штат	Количество нумеративных топонимов (ед.)	Процент нумеративных топонимов (%)
1. Louisiana	587	3,63	26. Idaho	179	0,72
2. Minnesota	611	3,04	27. Texas	309	0,71
3. Arizona	892	2,98	28. Delaware	18	0,61
4. Hawaii	142	1,94	29. Indiana	82	0,57
5. Nevada	288	1,79	30. Rhode Island	13	0,53
6. California	815	1,54	31. Massachusetts	66	0,50
7. New Mexico	301	1,26	32. West Virginia	88	0,48
8. Wisconsin	209	1,19	33. Maine	94	0,46
9. Oregon	394	1,07	34. New Jersey	35	0,46
10. Montana	312	1,10	35. Oklahoma	59	0,43
11. Alabama	227	1,04	36. New York	112	0,42
12. Colorado	275	1,04	37. New Hampshire	31	0,42
13. South Carolina	143	1,01	38. North Dakota	22	0,41
14. Arkansas	194	0,94	39. Florida	91	0,40
15. Michigan	200	0,94	40. Kansas	30	0,40
16. Ohio	154	0,86	41. Virginia	100	0,38
17. Tennessee	286	0,85	42. Alaska	113	0,38
18. Wyoming	160	0,84	43. Nebraska	30	0,34
19. Utah	193	0,82	44. Missouri	71	0,34
20. Georgia	191	0,80	45. Connecticut	24	0,34
21. Pennsylvania	224	0,78	46. Iowa	28	0,33
22. Washington	176	0,77	47. Maryland	50	0,32
23. Mississippi	94	0,76	48. Vermont	13	0,25
24. North Carolina	215	0,73	49. Kentucky	62	0,25
25. South Dakota	55	0,72	50. Illinois	29	0,19

На данных картах тегами разных цветов отмечены топонимы, содержащие различные числительные: one – красный, two – синий, three – зелёный, four – жёлтый, five – коричневый, six – серый, seven – фиолетовый, eight – бирюзовый, nine – оранжевый, ten – светло-зелёный.

Анализ распространённости нумеративных топонимов на материковой части США позволяет выявить определённую особенность, указывающую на тенденции в топонимическом имяназвании: данные топонимы распространены на территории всей страны и практически отсутствуют или представлены лишь фрагментарно в Северо-западных центральных штатах США (Канзас,

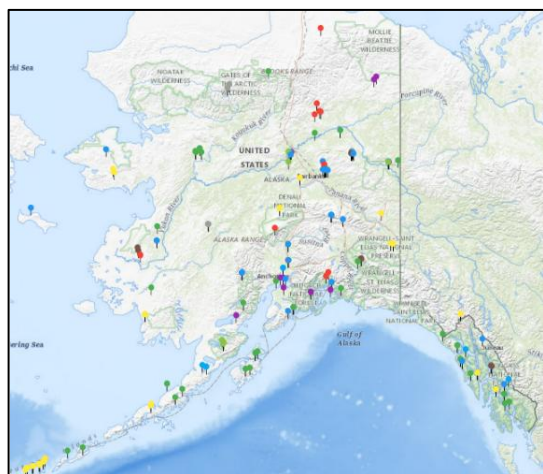
Айова, Небраска, Миссури, Северная и Южная Дакота), что очевидно представлено на карте распространённости (рис. 1).

Дальнейшее количественное исследование позволило выявить общее процентное соотношение топонимов с числительными от 1 до 10 на территории США: количественные числительные – 0,94 %, порядковые числительные – 0,17 %, числительные, представленные арабскими цифрами, – 0,99 %, римскими цифрами – 0,03 %. Таким образом, топонимическая лексика, содержащая числительные от 1 до 10, составляет 2,12 % от всей топонимической лексики США. Несмотря на то, что материал данного исследования ограничивается топонимами с числительными



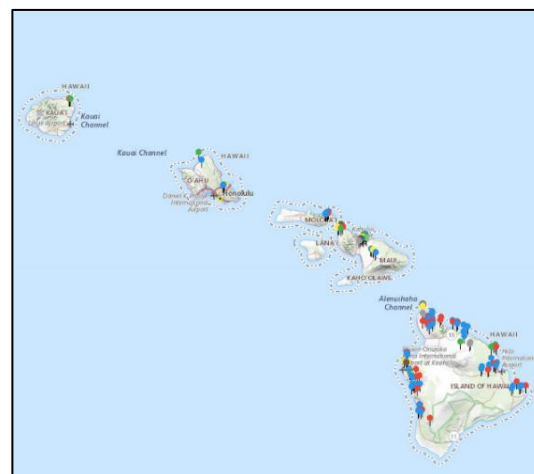
**Рис. 1.** Карта распространённости нумеративных топонимов США (материковая часть)

**Fig. 1.** A numeral toponyms' spreading map in the USA (mainland)



**Рис. 2.** Карта распространённости нумеративных топонимов (Аляска)

**Fig. 2.** A numeral toponyms' spreading map in the USA (Alaska)



**Рис. 3.** Карта распространённости нумеративных топонимов (Гавайи)

**Fig. 3.** A numeral toponyms' spreading map in the USA (Hawaii)

от 1 до 10, было принято решение выйти за эти границы и определить общее количество нумеративной топонимической лексики США. Для выявления общего показателя нумеративных топонимов было проведено ко-

личественное исследование топонимов, включающих в свой состав словесную и цифровую форму числительных от 11 до 1 миллиона – что составило 7113 единиц. Это позволило определить общий процент топони-

мов США, в состав которых входят числительные, – 2,9 %. Данный показатель указывает на их значимость в географической лексике страны и подчёркивает важность числительных в формировании географических названий.

## ВЫВОДЫ

Таким образом, комплексное исследование топонимических единиц с числительными, проведённое впервые на материале топонимов США, позволяет с уверенностью утверждать, что нумеративный способ номинации является одним из самых продуктивных наряду с антропонимическим, топонимическим, зоонимическим и др.

Изучение нумеративных топонимов помогает выявить тенденции в процессе топонимической номинации. Наиболее предпочтительный способ написания числительных в топонимах – цифровая форма, арабские цифры. Чаще всего числительные встречаются в названиях естественных объектов, преимущественно гидронимов. Самое большое количество нумеративных топонимов обнаружено в штате Аризона, однако по плотности нумеративных топонимов среди всей топонимической лексики лидируют штаты Луизиана (3,63 %) и Миннесота (3,4 %). Распространённость нумеративных топонимов, представленная на карте (рис. 1), показывает, что нумеративные топонимы распространены на территории всей страны, однако, практически отсутствуют в Северо-западных центральных штатах США.

Теоретическое значение проведённого исследования заключается в расширении знаний о процессе топонимического именования, о роли числительных в топонимике и их функциях, основными из которых являются идентифицирующая, дифференцирующая, характеризующая и культурно-историческая. Числительные предоставляют нам возможность заглянуть в уникальную историю местности, выявить её природные, географические, территориальные, культурные, экономические, архитектурные и градостроительные особенности. Числительные являются важными индикаторами для погружения в уникальную атмосферу места и осознания его этнокультурного значения.

Практическое значение исследования заключается в том, что оно предоставляет нам инструменты для более глубокого изучения и интерпретации топонимической лексики. Оно может стать отправной точкой для дальнейших исследований в области использования числительных в названиях географических объектов. Перспективами исследования может стать расширение географического охвата, изучение использования числительных в разных языках и культурных контекстах, а также применение современных методов компьютерной обработки данных для анализа больших объёмов топонимической информации. Выявление вклада числительных в формирование культурной и географической идентичности мест может быть полезно как для лингвистов, так и для исследователей культуры, истории и географии региона.

## Список источников

1. Кара-Оол Л.С. Числительные в топонимах Тувы // *Oriental Studies*. 2019. Т. 12. № 4 (44). С. 691-706. <https://doi.org/10.22162/2619-0990-2019-44-4-691-706>, <https://elibrary.ru/orvzmj>
2. Щербак А.С. Топонимы, отражающие нумеративные и градуальные параметры в сознании человека // *Когнитивные основы региональной ономастики*. Тамбов: Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина, 2012. С. 262-267. <https://elibrary.ru/vdihbt>
3. Дамбуев И.А. Числительные в топонимии: варьирование и нормализация // *Вопросы ономастики*. 2022. Т. 19. № 1. С. 117-138. [https://doi.org/10.15826/vopr\\_onom.2022.19.1.006](https://doi.org/10.15826/vopr_onom.2022.19.1.006), <https://elibrary.ru/ybjdqa>
4. Мартыненко И.А. Испаноязычная топонимия Аргентины: лингвоисторический аспект // *Вестник Томского государственного педагогического университета*. 2021. № 6 (218). С. 71-82. <https://doi.org/10.23951/1609-624X-2021-6-71-82>, <https://elibrary.ru/qfdmbv>
5. Муратова Р.Т. Башкирские топонимы с компонентами-числительными // *Актуальные проблемы диалектологии языков народов России: материалы 11 Межрегион. конф.* / сост. Р.Н. Каримова. Уфа:



- Институт истории, языка и литературы Уфимского научного центра Российской академии наук, 2011. С. 136-140. <https://elibrary.ru/ugmvwx>
6. Щербак А.С., Елибаева Р.Д. Дифференциальный модус: его проявление в топонимике // Нефилология. 2020. Т. 6. № 23. С. 448-455. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2020-6-23-448-455>, <https://elibrary.ru/eevvxx>
  7. Уразметова А.В. Из жизни одного топонима // Доклады Башкирского университета. 2023. Т. 8. № 2. С. 114-124. <https://doi.org/10.33184/dokbsu-2023.2.15>, <https://elibrary.ru/mftrat>
  8. Денисов Н.Г., Ярчук М.В. Образы прошлого, настоящего и будущего: к постановке вопроса о формировании меморативной культуры // Культурная жизнь Юга России. 2021. № 3 (82). С. 7-14. <https://doi.org/10.24412/2070-075X-2021-3-7-14>, <https://elibrary.ru/gvvvza>

### References

1. Kara-Ool L.S. Numerals in toponyms of Tuva. *Oriental Studies*, 2019, vol. 12, no. 4 (44), pp. 691-706. (In Russ.) <https://doi.org/10.22162/2619-0990-2019-44-4-691-706>, <https://elibrary.ru/orvzmj>
2. Shcherbak A.S. Toponymy, otzrazhayushchie numerativnye i gradual'nye parametry v soznanii cheloveka [Toponyms reflecting numerative and gradational parameters in human consciousness]. *Kognitivnye osnovy regional'noi onomastiki* [Cognitive Bases of Regional Onomastics]. Tambov, Derzhavin Tambov State University Publ., 2012, pp. 262-267. (In Russ.) <https://elibrary.ru/vdihbt>
3. Dambuev I.A. Numeral adjectives in Russian toponymy: variation and standardization. *Voprosy onomastiki = Problems of Onomastics*, 2022, vol. 19, no. 1, pp. 117-138. (In Russ.) [https://doi.org/10.15826/vopr\\_onom.2022.19.1.006](https://doi.org/10.15826/vopr_onom.2022.19.1.006), <https://elibrary.ru/ybjdqa>
4. Martynenko I.A. Hispanic place names of Argentina: linguohistorical aspect. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta = Tomsk State Pedagogical University Bulletin*, 2021, no. 6 (218), pp. 71-82. (In Russ.) <https://doi.org/10.23951/1609-624X-2021-6-71-82>, <https://elibrary.ru/qfdmbv>
5. Muratova R.T. Bashkirskie toponimy s komponentami-chislitel'nymi [Bashkir toponyms with components-numerals]. In: Karimova R.N. (ed.-compiler). *Materialy 11 Mezhhregional'noi konferentsii «Aktual'nye problemy dialektologii yazykov narodov Rossii»* [Proceedings of the 11th Interregional Conference "Current Problems of the Peoples of Russia Languages Dialectology"]. Ufa, Institute of History, Language and Literature – Subdivision of the Ufa Federal Research Centre of the Russian Academy of Sciences Publ., 2011, pp. 136-140. (In Russ.) <https://elibrary.ru/ugmvwx>
6. Shcherbak A.S., Elibaeva R.D. Differential mode: manifestation in toponymics. *Neofilologiya = Neophilology*, 2020, vol. 6, no. 23, pp. 448-455. (In Russ.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2020-6-23-448-455>, <https://elibrary.ru/eevvxx>
7. Urazmetova A.V. From the life of one toponym. *Doklady Bashkirskogo universiteta = Doklady Bashkirskogo Universiteta*, 2023, vol. 8, no. 2, pp. 114-124. (In Russ.) <https://doi.org/10.33184/dokbsu-2023.2.15>, <https://elibrary.ru/mftrat>
8. Denisov N.G., Yarchuk M.V. Images of the past, present and future: to raise the question of the formation of a commemorative culture. *Kul'turnaya zhizn' Yuga Rossii = Cultural Studies of Russian South*, 2021, no. 3 (82), pp. 7-14. (In Russ.) <https://doi.org/10.24412/2070-075X-2021-3-7-14>, <https://elibrary.ru/gvvvza>

### Информация об авторе

Уразметова Александра Владимировна, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры английского языка и межкультурной коммуникации, Уфимский университет науки и технологий, г. Уфа, Республика Башкортостан, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0002-1584-659X>, [urazmetova82@mail.ru](mailto:urazmetova82@mail.ru)

**Вклад в статью:** формирование идеи, формулировка ключевых целей и задач, сбор данных, проведение исследования, анализ и интерпретация полученных результатов, написание текста статьи.

Поступила в редакцию 22.06.2023

Поступила после рецензирования 18.09.2023

Принята к публикации 12.10.2023

### Information about the author

Alexandra V. Urazmetova, Dr. habil. (Philology), Associate Professor, Professor of English and Intercultural Communication Department, Ufa University of Science and Technology, Ufa, Republic of Bashkortostan, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0002-1584-659X>, [urazmetova82@mail.ru](mailto:urazmetova82@mail.ru)

**Contribution:** idea formation, key purposes and tasks formulation, data acquisition, research processing, results analysis and interpreting, manuscript text drafting.

Received June 22, 2023

Revised September 18, 2023

Accepted October 12, 2023

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ / ORIGINAL ARTICLE


УДК / UDC 81'37

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-789-798>

Шифр научной специальности 5.9.6

## Фольклорные персонажи в топонимах Шотландии: лингвокогнитивный аспект

Мария Михайловна ПЕНЦОВА 

Московский городской педагогический университет  
105064, Российская Федерация, г. Москва, Малый Казенный пер., 5Б  
 [p-maria@rambler.ru](mailto:p-maria@rambler.ru)

**Аннотация.** Рассмотрены шотландские топонимы, имеющие в своём составе наименования и имена фольклорных персонажей. Цель исследования – установить, какие знания о фольклорных персонажах отразились в шотландской топонимии и какие механизмы номинации задействованы в их формировании. Рассмотрены шотландские топонимы, содержащие наименования географических объектов, наименования и имена фольклорных персонажей. Источником эмпирического материала послужили шотландские топонимические словари, работы зарубежных исследователей и интернет-ресурсы. Для достижения поставленной цели применялись метод целенаправленного поиска топонимических единиц, метод когнитивной матрицы, лексико-семантический и этимологический анализ, а также культурный анализ. В ходе исследования были рассмотрены топонимы, во внутренней форме которых содержатся имена великанов *Saxa* и *Herman* и наименования мифических созданий – фейри, боглов и брауни. В когнитивных основаниях рассмотренных топонимов находятся когнитивный контекст *фольклорные персонажи* и характеристики концепта места: *обитатель*, *качество* и *событие*. Формирование топонимов происходит за счёт метафорических и метонимических переносов. Сделаны выводы: в когнитивных основаниях рассмотренных топонимов отражаются такие знания о фольклорных персонажах, как их *место обитания*, *способности фольклорных персонажей* и связанные с ними *действия и события*, происходящие на месте. Метафорические и метонимические переносы основаны на сравнении знаний о внешних свойствах персонажа и географического объекта и знаний о чувствах, вызываемых происходящим на объекте, а также на соотношении наименования или имени фольклорного персонажа, качества объекта, приобретённого благодаря фольклорному персонажу, и названия объекта.

**Ключевые слова:** топоним, фольклорный персонаж, когнитивный контекст, когнитивное основание, характеристика, метафорический перенос, метонимический перенос

**Для цитирования:** Пенцова М.М. Фольклорные персонажи в топонимах Шотландии: лингвокогнитивный аспект // Неофилология. 2023. Т. 9. № 4. С. 789-798. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-789-798>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная





## Folkloric characters in toponyms of Scotland: linguocognitive aspect

Maria M. PENTSOVA 

Moscow City University

5B Maly Kazenny Ln., Moscow, 105064, Russian Federation

 [p-maria@rambler.ru](mailto:p-maria@rambler.ru)

**Abstract.** The article is devoted to the study of Scottish toponyms with names of folklore characters. The purpose of the research is to establish what knowledge about folklore characters is reflected in Scottish toponymy, and what nomination mechanisms are involved in their development. The article deals with Scottish toponyms containing the names of geographical objects, and names of folklore characters. The source of empirical material is Scottish toponymic dictionaries, works of foreign researchers and Internet resources. The methods of searching for particular toponymic units, cognitive matrix, lexico-semantic and etymological analysis, as well as cultural analysis are used to accomplish the purpose. In the course of the research we considered toponyms, the internal form of which contains the names of giants Saxa and Herman and the names of mythical creatures – faeries, boggles and brownies. In the cognitive bases of the considered toponyms there is cognitive context *folklore characters* and characteristics of the concept of place: *inhabitant*, *quality* and *event*. The place-names are formed through metaphorical and metonymic transfers. The cognitive bases of the considered toponyms reflect such knowledge about folklore characters as their *habitat*, *abilities of folklore characters* and related *actions* and *events* occurring at the place. Metaphorical and metonymic transfers are based on the comparison of knowledge about the external properties of the character and the geographical object and knowledge about feelings caused by what happens at the object, as well as on the correlation of the name of the folklore character, the quality of the object acquired due to the folklore character, and the name of the object.

**Keywords:** toponym, folklore character, cognitive context, cognitive basis, characteristic, metaphorical transfer, metonymic transfer

**For citation:** Pentsova, M.M. Folkloric characters in toponyms of Scotland: linguocognitive aspect. *Neofilologiya* = *Neophilology*, 2023;9(4):789-798. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-789-798>



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



### ВВЕДЕНИЕ

До конца XX века в топонимических исследованиях топонимы, в частности шотландские, рассматривались в первую очередь как лингвистический знак. Для их описания учёные применяли традиционные методы – этимологический, картографический, ареальный, лексико-семантический, формантный, структурный [1; 2]. В свете современных научных парадигм топонимы всё чаще рассматриваются с позиции когнитивной лингвистики [3–6]. Когнитивный подход по-

зволяет установить заложенные в топониме знания, «представляющие собой отражение обобщённого опыта взаимодействия человека с окружающим его миром» [7, с. 31].

Сведения, которые находят отражение в топонимах, охватывают многочисленные области знаний, в том числе духовную культуру. Комплекс явлений духовной культуры относят к фольклору [8, с. 69]. Согласно определению, данному экспертами при ЮНЕСКО, фольклор – традиционная народная культура – «коллективное и основанное на традициях творчество групп или индиви-

дуумов, <...> являющееся адекватным выражением их культурной и социальной самобытности. Его формы включают язык, устную литературу, музыку, танцы, игры, мифологию, обряды, обычаи, ремёсла, архитектуру и другие виды художественного творчества» [9, с. 42]. Неотъемлемой составляющей традиционной народной культуры любого этноса являются фольклорные персонажи – вымышленные существа, человеческой или нечеловеческой внешности, духи, сверхъестественные существа и прочие создания. Имена некоторых фольклорных персонажей входят в состав топонимов Шотландии.

Новизна данного исследования обусловлена недостаточной представленностью в научной топонимической литературе о шотландских топонимах исследований, посвящённых фольклорным персонажам. Обращение к наименованиям и именам фольклорных персонажей в существующих работах, посвящённых топонимии Шотландии, происходит в контексте описания внутренней формы самого топонима и, как правило, ограничивается упоминанием или краткими сведениями о том, что представляет собой персонаж. Например, в работе M.G. Williamson “The Non-Celtic Place-Names” рассматривается название *Bodesbeck*, которое содержит наименование персонажа брауни. В части, описывающей название, даётся внутренняя форма самого топонима, содержащая наименование *брауни*, и отсылка на упоминание персонажа в сказках Хогга<sup>1</sup>.

Новизна исследования также заключается в обращении к когнитивным методам, так как в существующих научных работах, посвящённых шотландским топонимам, они не получили широкого применения.

Цель данного исследования – установить, какие знания о фольклорных персонажах отразились в шотландской топонимии и какие механизмы номинации задействованы в их формировании.

## МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

<sup>1</sup> Williamson May G. The Non-Celtic Place-Names. PhD thesis. Edinburgh: University of Edinburgh, 1942. 189 p.

Для отбора материала был использован метод «целенаправленного поиска топонимических единиц» [10, с. 133], содержащих наименования и имена фольклорных персонажей и наименования географических объектов, фиксируемые в литературном английском языке, шотландском диалекте английского языка и скотс. В результате названия, отвечающие критериям поиска, были найдены в топонимическом словаре A.R. Forbes “Place-Names of Skye and Adjacent Islands” и в работах N. Dixon “The Place-Names of Midlothian”, May G. Williamson “The Non-Celtic Place-Names”, P.E. McNiven “Gaelic Place-Names and the social history of Gaelic speakers in Medieval Menteith” и интернет-ресурсах.

Для достижения обозначенной цели автор обращается к понятиям когнитивная матрица, когнитивные основания и когнитивные механизмы номинации.

Когнитивная матрица определяется как «система взаимосвязанных когнитивных контекстов» [11, с. 35] и позволяет описать сложные многоаспектные структуры знаний, которые содержатся в ономастических единицах, в том числе топонимах. Их концептуальное содержание охватывает несколько разных концептуальных областей и характеризуется интегративностью. Формат матрицы не предполагает иерархичности соотношения контекстов внутри неё. На фоне объединения нескольких концептуальных областей происходит «формирование и понимание соответствующих языковых значений и проявляется их культурная специфика» [11, с. 38].

Для изучения топонимов используется частная когнитивная матрица, которая имеет определённую структуру, включающую ядро и окружающие его когнитивные контексты – различные области знаний. Ядро – «объект мысли: название географического или другого объекта, диалектная или культурно-маркированная единица, экономический или правовой термин и т. д.» [11, с. 60]. В рамках изучения топонимов ядро матрицы – это концепт *место* [12, с. 104]. Когнитивный контекст, рассматриваемый в данном исследовании, – *фольклорные персонажи*.

Географические названия – лексические единицы вторичной номинации, которые

«обладают высокой степенью информативности» и содержат сложные многоаспектные структуры знаний. На концептуальном уровне формирование топонимов обеспечивается за счёт процесса концептуальной деривации, под которой понимается «изменение определённого концептуального содержания <...> с целью формирования и передачи нового смысла» [13, с. 189]. Такое изменение происходит в результате установления межконцептуальных связей. Исходные концепты и концептуальные структуры, задействованные в формировании топонима, представлены областью-источником интерпретации, интерпретирующего знания, и областью-мишенью интерпретации, то есть областью интерпретируемого знания. Активация и взаимодействие двух таких областей определяется как когнитивное основание номинации [14, с. 8]. Применительно к топонимам концепт *место* выступает в качестве области-мишени. Областью-источником в данном исследовании является когнитивный контекст *фольклорные персонажи*.

В контексте исследования топонимов, во внутренней форме которых фиксируются наименования и имена фольклорных персонажей, когнитивные основания топонимов формируются за счёт обращения к таким характеристикам *места*, как *обитатель*, *качество* и *событие*. Под характеристикой *обитатель* предполагается знание о том, что фольклорный персонаж обитает на номинируемом месте. *Качество* определяется как размер объекта, свойство объекта, которое было приобретено благодаря действиям фольклорного персонажа или способностям персонажа, а также свойство, основанное на субъективном восприятии объекта местными жителями или свидетелями происходящих событий. *Событие* относится к действиям, происходящим с персонажами.

Когнитивные основания рассмотренных топонимов взаимодействуют за счёт таких когнитивных механизмов номинации, как концептуальная метафора, концептуальная метонимия. На концептуальном уровне метафора и метонимия предполагают уместное восприятие одного концепта за счёт обращения к другому с целью формирования

нового сложного значения и описываются как ментальные проекции между концептуальными областями-источниками и областями-мишенями. В случае концептуальной метафоры концептуальная область-источник представляет собой понятия, из которого на основе аналогии, сходства и сравнения характеристик области-источника и области-мишени происходит перенос значения на концептуальную область-мишень, которая требует интерпретации [15, с. 80]. Концептуальная метонимия основана на отношениях смежности [16, с. 6].

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Среди наименований и имён фольклорных персонажей, которые фиксируются во внутренней форме шотландских топонимов, – имена великанов, гоблинов и наименования мифических созданий – фейри, боглов и брауни.

Фольклористы Шетландского острова Unst связывают название скалы *Saxa's Baa*, название холма *Saxa Vord* и название полуострова *Hermaness* с персонажами германоскандинавской мифологии – великанами *Saxa* и *Herman*. В основе истории возникновения топонимов лежат легенды о великанах *Saxa* и *Herman*. Великан *Saxa* жил на холме *Saxa Vord*, который находится на острове Unst<sup>2</sup>. Местом обитания великана *Herman* считается полуостров *Hermaness*<sup>3</sup>, который находится недалеко от холма *Saxa Vord*. Согласно одной из легенд великаны влюбились в русалку, которая пела на скале *Flugga*. Русалка заманила великанов в море, где они оба утонули, так как не умели плавать.

Топоним *Saxa's Baa* происходит от имени скандинавского великана *Saxa* и лексемы *baa* «затонувшая или частично погружённая в воду скала»<sup>4</sup>. Мифологические знания о великанах легли в основу номинации описыва-

<sup>2</sup> Saxa Vord. URL: <https://www.shetnews.co.uk/2021/06/30/space-centre-looks-to-saxa-vord-as-it-under-goes-name-change-and-rebrand/> (accessed: 13.05.2023).

<sup>3</sup> Hermaness National Nature Reserve. URL: <https://hiddenscotland.co/listings/hermaness-national-nature-reserve/> (accessed: 13.05.2023).

<sup>4</sup> Dictionary of the Scots Language. URL: <https://dsl.ac.uk/> (accessed: 13.05.2023).

ваемого топонима. В когнитивной основе топонима *Saxa's Vaa* лежит взаимодействие характеристик – *качество*, определяемое как *размер* (гигантский размер великана), и *событие* (погружен в воду) с когнитивным контекстом *фольклорные персонажи*. Образование топонима связано с метафорическим переносом, основанием которого становится сравнение общих внешних свойств персонажа и скалы – размер и нахождение в морской воде (великан, утонувший в море, и огромная скала, затонувшая или частично погружённая в воду).

В основе номинации самого высокого холма на острове Unst *Saxa Vord*, что означает «холм Сакса», находится мифологическое знание от том, что великан жил на холме. Топонимизация происходит за счёт метонимического переноса: знания об обитателе на холме переносятся на знания, которые легли в основу номинации холма. В когнитивном основании топонима – характеристика *обитатель* и когнитивный контекст *фольклорные персонажи*.

В результате метонимического переноса было образовано название полуострова *Hermaness* «мыс Германа»<sup>5</sup>. Как было отмечено ранее, считается, что великан Herman обитал на полуострове, из чего можно предположить, что полуостров получил название на основе мифологического знания о его обитателе вследствие взаимодействия характеристики концепта *место обитатель* и когнитивного контекста *фольклорные персонажи*.

Среди рассмотренных топонимов было найдено название *Bogle Hole*, которое содержит в своём составе лексему, называющую шотландского богла. Шотландские боглы – злые духи, которые больше любят пугать и ставить в тупик людей, чем служить или вредить им. Топоним *Bogle Hole* буквально означает «низинное место привидения, духа»<sup>6</sup>. Второй элемент топонима *hole* происходит от лексемы *howe* «низина, низменный участок земли», фиксируемой в раннешотланд-

ском как *how* «низменный участок земли, углубление, долина». *How* приходит в раннешотландский от среднеанглийского *holl(e)*, произошедшего от древнеанглийского *hol* «впадина, низина»<sup>7</sup>. Этимология лексемы *bogle* точно не определена. Dictionary of the Scots Language указывает на валлийское происхождение слова – *bwg* «привидение». В словаре также упоминается происхождение от среднеанглийского *bugge* «ужас, страх; бука, пугало»<sup>8</sup>. В электронном журнале Ассоциации шотландских литературных исследований The Bottle Imp отмечается валлийское происхождение и фиксируются родственные слова в английском языке – *boggard* или *boggart* «привидение; домовый, гоблин» и в немецком языке – *boggel-mann* «привидение, домовый, гоблин». Учёные предполагают, что лексема может восходить к индоевропейскому языку, от которых произошли многие европейские языки, включая кельтские и германские<sup>9</sup>. Существует мнение, что шотландские боглы, так же, как и шотландские ведьмы, ассоциируются со сверхъестественными существами<sup>10</sup>. Знание об этом легло в основу номинации географического объекта. Считается, что местность *Bogle Hole* была местом сжигания ведьм<sup>11</sup>. С 1563 по 1736 г. в Шотландии имел действие Закон о колдовстве (The Witchcraft Act), согласно которому преследованию и наказанию, в том числе казни, подвергался любой житель, подозреваемый в колдовских способностях и в их применении. Под действием закона оказались преимущественно жители южных территорий Шотландии, где находится *Bogle Hole*, и главным образом женщины. Ведьмами называли целителей, знахарей, повитух и нищих старух. Было распространено мнение, что шотландские ведьмы – злые сверхъестественные существа, сотрудничающие с дьяволом [17, с. 75]. Люди полагали, что их кол-

<sup>7</sup> Dictionary of the Scots Language. URL: <https://dsl.ac.uk/> (accessed: 15.05.2023).

<sup>8</sup> Ibid.

<sup>9</sup> Scott M. Scots Word of the Season // Bogle. 2016. Issue 20. URL: <https://www.thebottleimp.org.uk/2016/12/scots-word-of-the-season-bogle/> (accessed: 15.05.2023).

<sup>10</sup> Boggles. URL: <https://www.goblinshead.co.uk/bogles/> (accessed: 15.05.2023).

<sup>11</sup> Dixon N. The Place-Names of Midlothian.

<sup>5</sup> Hermaness National Nature Reserve. URL: <https://hiddenscotland.co/listings/hermaness-national-nature-reserve/> (accessed: 13.05.2023).

<sup>6</sup> Dixon N. The Place-Names of Midlothian. PhD thesis. Edinburgh: University of Edinburgh, 1947. 254 p.



довство приводило к ранению и убийству невинных людей, потоплению кораблей, голоду и болезням в стране. С лингвокогнитивной позиции топоним *Bogle Hole* представляется сложным, так как элемент *bogle* вошёл в состав топонима в метафорическом значении: ведьма ассоциировалась со злым сверхъестественным духом, называемым *bogle*. Принимая это во внимание, название *Bogle Hole* следует переводить как «низина ведьмы». Когнитивным основанием номинации *Bogle Hole* является взаимодействие характеристик *качество* – колдовские способности обвиняемых и когнитивного контекста *фольклорные персонажи*, который подвергается метафорической трансформации (сравнение ведьмы со злым духом). Взаимодействие происходит на основе метонимического переноса знаний о колдовских способностях обвинённых на знания о низине, которые послужили мотивацией к её номинации. На наш взгляд, возможна иная интерпретация когнитивных основ и истории появления описываемого топонима. Исходя из предложенной в Dictionary of the Scots Language этимологии слова *bogle*, согласно которой лексема произошла от среднеанглийского *bugge* «ужас, страх»<sup>12</sup>, характеристику концепта *место качество* следует понимать как вселяющее ужас и страх. Людей, которые были свидетелями или знали о казнях ведьм, проводимых в *Bogle Hole*, охватывал ужас и страх от происходящего и от самого места. В таком случае *Bogle Hole* означает «вселяющая ужас, страшная низина». Топоним образован с помощью метафорического переноса: чувство страха, вызываемое событиями, происходящими в низине, сопоставляется не только с событием, но и с образом самой низины в сознании местных жителей или свидетелей казней.

Наименование ещё одного шотландского фольклорного персонажа фиксируется в названии фермы в округе Дамфрис и Галлоуэй *Bodesbeck*, что означает «ручей маленького человека»<sup>13</sup>. M.G. Williamson считает, что речь идёт о шотландском брауни, фольклор-

ном герое, худом и косматом существе<sup>14</sup>. Днём брауни любит прятаться вдали от людей, а ночью выполняет тяжёлую работу в доме, которому он служит. Брауни считает вознаграждение за свой труд поводом исчезнуть навсегда из дома, в котором он трудится<sup>15</sup>. Вероятно, ферма получила название благодаря легенде, которая гласила о том, что на ферме, расположенной у ручья, живёт брауни. Иными словами, объект получает название по наименованию его обитателя. В когнитивном основании топонима находится характеристика *обитатель*, которая взаимодействует с когнитивным контекстом *фольклорные персонажи*. Топоним образуется благодаря метонимии: мифологическое знание об обитателе находит отражение в знаниях о месте и становится мотивацией к номинации. Топонимы *Bodesbeck Burn* «приток ручья маленького ручья» и *Bodesbeck Law* «холм у ручья маленького человека» являются результатом топонимической метонимии, под которой понимается явление переноса географического названия с одного объекта на смежный с ним другой объект.

Примером метонимического переноса является название небольшой гавани у острова *South Uist* в архипелаге Внешние Гебриды *Loch Ludag*<sup>16</sup>. В состав названия входит имя кельтского фольклорного персонажа *Ludag*, мифического одноглазого, однорукого и одноногого создания<sup>17</sup>. Предположительно, имя собственное *Ludag* имеет кельтскую этимологию и восходит к кельтским именам *Ludiuch*, *Ludnich*<sup>18</sup>. Топоним *Loch Ludag* означает «озеро Лудага». Знание о том, что Лудаг обитал у гавани<sup>19</sup>, нашло отражение в номинации. Говоря о когнитивных основаниях топонима, в их основе лежит характеристика *обитатель* – мифическое соз-

<sup>14</sup> Ibid.

<sup>15</sup> Дуглас Дж. Легенды и предания Шотландии / пер. с англ. Л.А. Игоревского. М.: ЗАО Центрополиграф, 2008. 253 с.

<sup>16</sup> Forbes A.R. Place-Names of Skye and Adjacent Islands. Paisley: Alexander Gardner, Ltd., 1923. 495 p.

<sup>17</sup> Ibid.

<sup>18</sup> Ibid.

<sup>19</sup> Forbes A.R. Place-Names of Skye and Adjacent Islands.

<sup>12</sup> Dictionary of the Scots Language. URL: <https://dsl.ac.uk/> (accessed: 15.05.2023).

<sup>13</sup> Williamson May G. The Non-Celtic Place-Names.



дание, взаимодействующая с когнитивным контекстом.

Топонимы *Fairy Knowe* и *Fairy Glen* связаны со знаниями о маленьком народе фейри, которые первоначально были существами кельтской мифологии [18, с. 143]. На протяжении нескольких веков люди со всей Британии рассказывали случаи, когда они слышали звон или игру фейри на музыкальных инструментах, доносящиеся из холмов. Согласно легенде, в холме *Fairy Knowe*, что означает «холм фейри»<sup>20</sup>, располагается подземный дворец королевы фейри<sup>21</sup>. Когнитивные основы номинации – характеристика *обитатель* – фейри, как обитатели холма, и когнитивный контекст *фольклорные персонажи*. Топоним образован благодаря метонимическому переносу.

Недалеко от *Fairy Knowe* находится родник *Fairy Well* «колодец фейри». По одной из легенд, фейри следили за тем, чтобы вода в роднике была чистая и прохладная, чтобы путники могли утолить жажду<sup>22</sup>. Мотивированность *Fairy Well* определяется взаимодействием характеристики *качество* – находящийся под заботой фейри, и когнитивного контекста *фольклорные персонажи*. Топоним образуется за счёт метонимического переноса мифологических знаний о качестве объекта на знания о качестве воды в роднике и в конечном счёте на наименование родника.

Не только холмы, но и долины ассоциировались с фейри. *Fairy Glen* «долина фейри»<sup>23</sup> считается основным местом обитания фейри на острове Skye. Небольшая долина усыпана невысокими, но разными по высоте холмами причудливой формы, скалами, поросшими травой, небольшими водоёмами и водопадами. Местные жители верят, что расположенное на небольшой территории

ландшафтное разнообразие, впечатляющее своей красотой, было создано маленьким народом фейри<sup>24</sup>. На наш взгляд, возможны два варианта интерпретации мотивации топонима *Fairy Glen*. Согласно одному из них, название образуется благодаря взаимодействию характеристик *обитатель* – фейри, живущие в долине, и когнитивного контекста *фольклорный персонаж*. В основе номинации – метонимический перенос: знания об обитателях переносятся на знания о долине и на номинацию. С иной точки зрения, топоним формируется за счёт взаимодействия характеристики *качество* – созданное отличается, по мнению местных жителей, необычайной красотой и разнообразием, что ассоциируется в их сознании с волшебством, которое могли сотворить только фейри, и когнитивного контекста *фольклорные персонажи*. Исходя из этого, возможно сделать предположение о том, что топоним возник на основе метонимического переноса, который происходит за счёт проецирования знаний о качестве объекта на знания о долине, что отражается на топонимической номинации. Характеристику *качество* следует трактовать в двух проявлениях: созданный фейри и необычайной красоты.

В завершение отметим, что в шотландских топонимах на кельтском языке, не имеющих аналогов на английском языке, содержится большее количество наименований и имён фольклорных персонажей.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, в топонимическом пространстве Шотландии фиксируются имена великанов и гоблинов, и наименования фольклорных персонажей, таких как боглы, брауни и фейри из кельтской, германоскандинавской и шотландской мифологии. В когнитивных основаниях рассмотренных топонимов находятся когнитивный контекст *фольклорные персонажи* и характеристики концепта *места*: *обитатель*, *качество* и *событие*. Все рассмотренные примеры являют-

<sup>20</sup> McNiven P.E. Gaelic Place-Names and the social history of Gaelic speakers in Medieval Menteith. PhD thesis. Glasgow: University of Glasgow, 2011. 542 p.

<sup>21</sup> Doon Hill and Fairy Knowe. URL: <https://www.atlasobscura.com/places/doon-hill-fairy-knowe> (accessed: 15.05.2023).

<sup>22</sup> Fairy Knowe, Bridge of Allan, Stirlingshire. URL: <https://megalithix.wordpress.com/2011/04/11/fairy-knowe/> (accessed: 15.05.2023).

<sup>23</sup> Liddall W.J.N. The Place-Names of Fife and Kinross. Edinburgh: William Green & Sons, 1896. 58 p.

<sup>24</sup> Fairy Glen. URL: <https://www.isleofskye.com/skye-guide/skye-places/fairy-glen> (accessed: 15.05.2023).

ся микротопонимами. Формирование топонимов происходит за счёт метафорических и метонимических переносов. Метафорические переносы основаны на сравнении знаний о внешних свойствах персонажа и географического объекта и знаниях о чувствах, вызываемых происходящим на объекте и объектом. Метонимические переносы основаны на таких соотношениях, как наименование или имя фольклорного персонажа – название объекта, качество объекта, приобретённое

благодаря фольклорному персонажу, – название объекта.

Исследования топонимов Шотландии с позиции когнитивной лингвистики могут внести вклад в описание топонимической картины мира этой части Соединённого Королевства, послужить источником материалов для культурологических и литературоведческих исследований, а также могут быть использованы на практических занятиях по лингвострановедению и межкультурной коммуникации.

#### Список источников

1. Watson W.J. The History of the Celtic Place-Names of Scotland. Shannon: Irish University Press, 1973. 558 p.
2. Nicolaisen W.F.H. Scottish Place-Names. Edinburgh: John Donald, 2011. 320 p.
3. Шадикова А.В. Ассоциативное восприятие топонимов Шотландии // Когнитивные исследования языка. 2017. № 30. С. 327-330. <https://elibrary.ru/zmqhjhf>
4. Щербак А.С. Универсальное свойство урбанонимической категории // Неофилология. 2018. Т. 4. № 13. С. 5-11. <https://elibrary.ru/yvlpov>
5. Мартыненко И.А. О целесообразности введения термина «когнитивная топонимика» // Томский журнал лингвистических и антропологических исследований. 2020. № 3 (29). С. 142-150. <https://doi.org/10.23951/2307-6119-2020-3-142-150>, <https://elibrary.ru/kmqipp>
6. Reszegi K.A. Cognitive approach in onomastics: some notes on metaphorical place-names // Problems of Onomastics. 2022. Vol. 19. № 1. P. 235-244. [https://doi.org/10.15826/vopr\\_onom.2022.19.1.012](https://doi.org/10.15826/vopr_onom.2022.19.1.012), <https://elibrary.ru/uzsqiz>
7. Щербак А.С. Когнитивные основы региональной ономастики. Тамбов: Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина, 2012. 319 с. <https://elibrary.ru/vdieml>
8. Андреев А.А. Фольклор и паранаука в русской культуре // Вестник славянских культур. 2020. № 56. С. 68-74. <https://doi.org/10.37816/2073-9567-2020-56-68-74>, <https://elibrary.ru/bawjsw>
9. Дранникова Н.В. «Фольклор»: к вопросу об истории употребления термина и его значения в русской науке // Труды Карельского научного центра Российской академии наук. 2015. № 8. С. 39-45. <https://doi.org/10.17076/hum117>, <https://elibrary.ru/ukphgl>
10. Исаева Т.Б. Валлийские топонимы как отражение лингвистического и этнокультурного наследия кельтов на территории Уэльса // Вестник Красноярского государственного педагогического университета им. В.П. Астафьева (Вестник КГПУ). 2020. № 4 (54). С. 133-142. <https://doi.org/10.25146/1995-0861-2020-54-4-249>, <https://elibrary.ru/rywwki>
11. Болдырев Н.Н. Когнитивная природа языка. Москва; Берлин: Директ–Медиа, 2016. 251 с. <https://elibrary.ru/wkefkn>
12. Денисенко О.В. Когнитивные основы топонимики // Опыт и перспективы обучения иностранным языкам в евразийском образовательном пространстве. 2020. № 5. С. 102-107. <https://elibrary.ru/rtwqlr>
13. Болдырев Н.Н. Язык и система знаний. Когнитивная теория языка. 2-е изд. М.: Изд. дом ЯСК, 2019. 480 с. <https://elibrary.ru/oxliyg>
14. Болдырев Н.Н. Когнитивная основа лексических категорий и их интерпретирующий потенциал // Вопросы когнитивной лингвистики. 2013. № 2 (35). С. 5-12. <https://elibrary.ru/pyuqtp>
15. Новицкая И.В. Теория концептуальной метафоры и развитие альтернативных концепций в рамках когнитивного направления метафорологии (по материалам современной англистики) // Язык и культура. 2019. № 46. С. 76-101. <https://doi.org/10.17223/19996195/46/5>, <https://elibrary.ru/qcyzml>
16. Рахманкулова С.Е. Концептуальная метонимия на уровне структуры высказывания (на материале английского языка) // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Серия: Филология, педагогика, психология. 2018. № 1. С. 5-10. <https://elibrary.ru/ysxktb>

17. Ощепкова В.В. Спеллони́мы в системе мифонимов британской народной сказки // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2018. № 2. С. 73-87. <https://doi.org/10.18384/2310-712X-2018-2-73-87>, <https://elibrary.ru/xuwlpv>
18. Ощепкова В.В. Особенности формирования ономастического британской народной сказки // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2019. № 62. С. 135-148. <https://doi.org/10.17223/19986645/62/9>, <https://elibrary.ru/qffiuu>

## References

1. Watson W.J. *The History of the Celtic Place-Names of Scotland*. Shannon, Irish University Press, 1973, 558 p.
2. Nicolaisen W.F.H. *Scottish Place-Names*. Edinburgh, John Donald Press, 2011, 320 p.
3. Shadikova A.V. Associative perception of Scottish toponyms. *Kognitivnye issledovaniya yazyka = Cognitive Studies of Language*, 2017, no. 30, pp. 327-330. (In Russ.) <https://elibrary.ru/zmqhjf>
4. Shcherbak A.S. Universal property of urbanonymical categorization. *Neofilologiya = Neophilology*, 2018, vol. 4, no. 13, pp. 5-11. (In Russ.) <https://elibrary.ru/yvlpvop>
5. Martynenko I.A. On the introduction of the term "cognitive toponymy". *Tomskii zhurnal lingvisticheskikh i antropologicheskikh issledovaniy = Tomsk Journal of Linguistics and Anthropology*, 2020, no. 3 (29), pp. 142-150. (In Russ.) <https://doi.org/10.23951/2307-6119-2020-3-142-150>, <https://elibrary.ru/kmqipp>
6. Reszegi K.A. Cognitive approach in onomastics: some notes on metaphorical place-names. *Problems of Onomastics*, 2022, vol. 19, no. 1, pp. 235-244. [https://doi.org/10.15826/vopr\\_onom.2022.19.1.012](https://doi.org/10.15826/vopr_onom.2022.19.1.012), <https://elibrary.ru/uzsqiz>
7. Shcherbak A.S. *Kognitivnye osnovy regional'noi onomastiki* [Cognitive Foundations of Regional Onomastics]. Tambov, Derzhavin Tambov State University Publ., 2012, 319 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/vdieml>
8. Andreev A.A. Folklore and parascience in Russian culture. *Vestnik slavyanskikh kul'tur = Bulletin of Slavic Cultures*, 2020, no. 56, pp. 68-74. (In Russ.) <https://doi.org/10.37816/2073-9567-2020-56-68-74>, <https://elibrary.ru/bawjsw>
9. Drannikova N.V. "Folklore": the history of the term's use and its importance in the Russian Science. *Trudy Karel'skogo nauchnogo tsentra Rossiiskoi akademii nauk = Transactions of the Karelian Research Centre of the Russian Academy of Sciences*, 2015, no. 8, pp. 39-45. (In Russ.) <https://doi.org/10.17076/hum117>, <https://elibrary.ru/ukphgl>
10. Isaeva T.B. Welsh toponyms as reflection of linguistic and ethnocultural legacy of the Celts within the territory of Wales. *Vestnik Krasnoyarskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. V.P. Astaf'eva (Vestnik KGPU) = Bulletin of Krasnoyarsk State Pedagogical University named after V.P. Astafyev (Bulletin KSPU)*, 2020, no. 4 (54), pp. 133-142. (In Russ.) <https://doi.org/10.25146/1995-0861-2020-54-4-249>, <https://elibrary.ru/rywwki>
11. Boldyrev N.N. *Kognitivnaya priroda yazyka* [The Cognitive Nature of Language]. Moscow, Berlin, Direct-Media Publ., 2016, 251 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/wkefkn>
12. Denisenko O.V. Cognitive basis of toponymy. *Opyt i perspektivy obucheniya inostrannym yazykam v evraziiskom obrazovatel'nom prostranstve* [Experience and Perspectives of Foreign Language Teaching in the Eurasian Educational Space], 2020, no. 5, pp. 102-107. (In Russ.) <https://elibrary.ru/rtwqlr>
13. Boldyrev N.N. *Yazyk i sistema znaniy. Kognitivnaya teoriya yazyka*. [Language and the System of Knowledge. A Cognitive Theory of Language]. Moscow, Languages of Slavic Culture Publ., 2019, 480 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/oxliyg>
14. Boldyrev N.N. Cognitive grounds of lexical categories and their interpretative potential. *Voprosy kognitivnoi lingvistiki = Issues of Cognitive Linguistics*, 2013, no. 2 (35), pp. 5-12. (In Russ.) <https://elibrary.ru/pyuqtp>
15. Novitskaya I.V. The conceptual metaphor theory and the development of alternative theories within the cognitive approach to metaphor (a review of European and American metaphor studies). *Yazyk i kul'tura = Language and Culture*, 2019, no. 46, pp. 76-101. (In Russ.) <https://doi.org/10.17223/19996195/46/5>, <https://elibrary.ru/qcyzml>
16. Rakhmankulova S.E. Conceptual metonymy of the structure of the utterance. *Vestnik Baltiiskogo federal'nogo universiteta im. I. Kanta. Seriya: Filologiya, pedagogika, psikhologiya = Vestnik IKBFU. Philology, Pedagogy and Psychology*, 2018, no. 1, pp. 5-10. (In Russ.) <https://elibrary.ru/ysxktb>

17. Oshchepkova V.V. Spellonyms in the mythonym system of the British folk tale. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Lingvistika = Bulletin of Moscow Region State University. Series: Linguistics*, 2018, no. 2, pp. 73-87. (In Russ.) <https://doi.org/10.18384/2310-712X-2018-2-73-87>, <https://elibrary.ru/xuwlpv>
18. Oshchepkova V.V. Features of the onomasticon formation in the British folk tale. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya = Tomsk State University Journal of Philology*, 2019, no. 62, pp. 135-148. (In Russ.) <https://doi.org/10.17223/19986645/62/9>, <https://elibrary.ru/qffiou>

#### Информация об авторе

**Пенцова Мария Михайловна**, старший преподаватель кафедры английской филологии, Московский городской педагогический университет, г. Москва, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0001-5016-7800>, [p-maria@rambler.ru](mailto:p-maria@rambler.ru)

**Вклад в статью:** идея, набор первичного материала, анализ, написание и оформление статьи.

Поступила в редакцию 07.06.2023

Поступила после рецензирования 18.09.2023

Принята к публикации 12.10.2023

#### Information about the author

**Maria M. Pentsova**, Senior Lecturer of English Philology Department, Moscow City University, Moscow, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0001-5016-7800>, [p-maria@rambler.ru](mailto:p-maria@rambler.ru)

**Contribution:** idea, source material acquisition, analysis, manuscript drafting and design.

Received June 7, 2023

Revised September 18, 2023

Accepted October 12, 2023

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ / ORIGINAL ARTICLE

УДК / UDC 347.781.52

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-799-813>

Шифр научной специальности 5.9.1

## Журнал «Галчонок» как пространство для детского творчества

Анна Сергеевна ЛАЩЕВА 

Институт русской литературы (Пушкинский Дом) Российской академии наук  
199034, Российская Федерация, г. Санкт-Петербург, набережная Макарова, 4

✉ [lannas27@gmail.com](mailto:lannas27@gmail.com)

**Введение.** Формы работы с творчеством читателей в дореволюционных детских изданиях не отличались разнообразием – детский литературно-художественный журнал «Галчонок» (1911–1913) стал в этом отношении исключением, предоставив читателям возможность участвовать в творческих проектах журнала. Цель исследования – проанализировать редакционную стратегию журнала «Галчонок» в аспекте работы с детским творчеством. Рассмотрены новаторские формы и принципы организации и активизации творческой деятельности читателей, попутно выявлены особенности коммуникативного поведения редакции.

**Материалы и методы.** Проанализировано содержание раздела «Почтовый ящик». Выводы о творческих установках редакции сделаны на основе опубликованных в журнале очерков об искусстве, статей и заметок с практическими творческими советами. Подробно рассмотрены формы публикации произведений читателей, творческие конкурсы и совместные проекты, а также редакторские комментарии к ним.

**Результаты исследования.** Публичная обратная связь на присылаемые читателями произведения и игровое коммуникативное поведение редакции способствовали формированию на страницах «Галчонка» сквозного нарратива, посвящённого творческой деятельности читателей. Он экстраполировался на другие материалы журнала, обеспечивая взаимодействие фикциональных сюжетов с апелляциями к реальной активности читателей. В то же время организация этой активности основывалась не только на конкурсах лучших произведений, но и на проектах, в рамках которых произведениям читателей придавалась оформленность и концептуализация коллективного произведения.

**Заключение.** Участие читателей в создании материалов журнала обусловило формирование специфической творческой среды, основанной на принципах коммуникации и игры. Полученные выводы могут внести дополнения в рассмотрение преемственности между дореволюционным и советским этапами развития детской журналистики в аспекте взаимодействия с творчеством читателей.

**Ключевые слова:** журнал «Галчонок», А. Радаков, детское творчество, детская журналистика, детские журналы, переписка с читателями

**Для цитирования:** Лащева А.С. Журнал «Галчонок» как пространство для детского творчества // Неофилология. 2023. Т. 9. № 4. С. 799-813. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-799-813>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная





## “Galchonok” magazine as a space for children’s creativity

Anna S. LASHCHEVA 

Institute of Russian Literature (Pushkinskij Dom), Russian Academy of Science  
4 Makarov Emb., St. Petersburg, 199034, Russian Federation  
✉ [lannas27@gmail.com](mailto:lannas27@gmail.com)

**Introduction.** The forms of work with readers’ creativity in pre-revolutionary children’s publications were not very diverse – the children’s literary and art magazine “Galchonok” (1911–1913) became an exception in this regard, providing readers with the opportunity to participate in the magazine’s creative projects. The purpose of the study is to analyze the editorial strategy of the Galchonok journal in terms of working with children’s creativity. Innovative forms and principles of organizing and activating the creative activity of readers are examined, and the features of the communicative behavior of the editorial staff are simultaneously identified.

**Materials and methods.** The contents of the “Mailbox” section have been analyzed. Conclusions about the creative attitudes of the editors are made on the basis of essays about art published in the magazine, articles and notes with practical creative advice. The forms of publication of readers’ works, creative competitions and joint projects, as well as editorial comments to them, are considered in detail.

**Result and Discussion.** Public feedback on the works sent by readers and the playful communicative behavior of the editors contributed to the formation on the pages of “Galchonok” of a cross-cutting narrative dedicated to the creative activity of readers. It was extrapolated to other materials of the magazine, ensuring the interaction of fictional plots with appeals to the real activity of readers. At the same time, the organization of this activity was based not only on competitions for the best works, but also on projects in which the works of readers were given formality and conceptualization of a collective work.

**Conclusion.** The participation of readers in the creation of magazine materials led to the formation of a specific creative environment based on the principles of communication and play. The findings can add to the consideration of the continuity between the pre-revolutionary and Soviet stages of the development of children’s journalism in terms of interaction with the creativity of readers.

**Keywords:** Galchonok magazine, A. Radakov, children’s creativity, children’s journalism, children’s magazines, correspondence with readers

**For citation:** Lashcheva, A.S. “Galchonok” magazine as a space for children’s creativity. *Neofilologiya* = *Neophilology*, 2023;9(4):799-813. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-799-813>



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



### ВВЕДЕНИЕ

В детской журналистике начала XX века отчётливо прослеживается интерес к развлекательным элементам [1]. Вслед за ним развиваются способы интерактивного взаимодействия с читателем. Мы находим эти тенденции взаимосвязанными, поскольку в данном случае они свидетельствуют о повышении внимания к запросам читателя и харак-

теризуют тип детского издания – как отмечает Л.Н. Колесова, большинство детских журналов начала века «альманахообразны», и только в 1910-е гг. детская периодика начинает обретать признаки «журнальности»<sup>1</sup>. Анализ детской периодики начала XX века показывает, что в журналах, где отсутствуют

<sup>1</sup> Колесова Л.Н. Детские журналы России (1785–1917). Петрозаводск: Изд-во ПетрГУ, 2014. С. 91, 253.

или играют очень незначительную роль вне-художественные развлекательные элементы<sup>2</sup>, отсутствуют и интерактивные.

Для коммуникации с читателем издания используют разные формы обратной связи: публикуют письма читателей или ответы редакции на их вопросы и комментарии («Задушевное слово», «Маяк», «Родник» и «Ученик», «Путеводный огонёк»); изучают интересы и мнения аудитории посредством анкетирования («Задушевное слово», «Маяк», «Ученик», «Тропинка»); организуют на базе журнала юношеские сообщества и кружки («Ученик», «Родник»). Однако значительная часть детских журналов этого периода всё же остаётся в стороне от тенденции к развлечению и общению с читателем. Более консервативные в своей редакционной политике журналы «Юная Россия» («Детское чтение»), «Красные зори», «Семья и школа», «Всходы», «Детский мир», «Юный читатель» и журналы для самых маленьких «Игрушечка», «Жаворонок» и «Светлячок» придерживаются классической формы литературно-художественного журнала – их содержание исчерпывается собственно художественными текстами для детского чтения. Например, в рекламе журнала «Семья и школа» сказано:

По-прежнему журнал «Семья и школа» не обещает своим подписчикам никаких премий, ни так называемых бесплатных приложений, полагая, что задачей детского журнала является не игрушка, как бы занимательна ни была она сама по себе для детей, а тщательное составление самих книжек журнала, и доставление детям хорошего чтения, могущего влиять на их умственное, нравственное, а также и эстетическое развитие<sup>3</sup>.

<sup>2</sup> В.В. Головин говорит о «двух условных направлениях развлечения юного читателя. Первое – это собственно развлечение, или развлечение как таковое. Читатель смотрит шуговые и ироничные картинки, разгадывает задачи, смеётся над непутёвым героем комичной сценки. Второе – это развлечение, производное от поэтики, от художественного приёма, который в основе имеет иронию, «стёб» над какой-либо устоявшейся дидактической или хрестоматийной формой» [1, с. 65].

<sup>3</sup> Объявления журнала «Игрушечки» № 2. [Приложение к журналу «Игрушечка». 1909. № 2. СПб.: Ф.А. Битепаж]. С. 4.

К этой группе тяготела и модернистская «Тропинка», в которой публикация писем и произведений читателей происходила лишь эпизодически.

В более прогрессивных по части редакционной политики журналах некоторые развлекательные материалы, как верно заметила Н. Родигина по поводу «Задушевного слова», способствовали формированию «навыков организации собственного досуга» (курсив автора) [2, с. 80]. Для ребёнка из привилегированной среды традиционной формой досуга считалось творчество, поэтому в журналах помещались материалы, обучающие основам фотографии, оригами, лепки и т. п. Издания публиковали присылаемые в редакцию стихотворения и рассказы читателей (этим занимались «Ученик», «Путеводный огонёк», «Маяк», «Детский мир», эпизодически «Тропинка»), в некоторых из них были тематические творческие конкурсы. Детское творчество поощрялось публикациями и стимулировалось конкурсами, однако попыток концептуализации присылаемых в редакцию рисунков и сочинений, как и организации коллективных творческих проектов в перечисленных выше журналах мы не обнаружили. Творческие работы читателей не становились на их страницах предметом обсуждения. Они помещались без комментариев наряду с письмами читателей на правах входящей корреспонденции. В теории журналистики публикацию произведений читателей тоже относят к обратной связи – такой её тип называют «соавторской»<sup>4</sup>. Это может отчасти объяснить функциональную равноценность писем и произведений читателей в структуре журнала. Единственным новаторской формой публикации творческих работ читателей стало выделение журналов-приложений, куда они помещались вместе с перепиской читателей (например, «Наша переписка» у журнала «Путеводный огонёк»).

В этот же период интерес к детскому творчеству проявляется в среде художников<sup>5</sup>.

<sup>4</sup> Корконосенко С.Г. Основы журналистики. М.: Аспект Пресс, 2001. С. 132.

<sup>5</sup> Сарабянов А.Д. Детское творчество // Онлайн-энциклопедия русского авангарда. URL: <https://rusavan->

В 1908 г. в Петербурге проходит выставка «Искусство в жизни ребёнка», вскоре после этого детские рисунки членов «Мира искусства», их сыновей и дочерей экспонируются на Пятой выставке «Нового общества художников» (1908) [3]. Через несколько лет на детское творчество обращают внимание художники-авангардисты: Д.Д. Бурлюк пишет об «обаянии детских рисунков»<sup>6</sup>, М.Ф. Ларионов демонстрирует собрания детских рисунков на выставке «Мишень» (1913) в отдельных залах, А.Е. Кручёных издаёт книгу «Собственные рассказы и рисунки детей»<sup>7</sup> (1914). На фоне включения детского творчества в масштабные проекты «взрослых» художников, разрабатывающих новейшую творческую эстетику, робкая и безмолвная публикация присылаемых в журналы детских произведений в одном ряду с письмами читателей в эти же годы, кажется, свидетельствует об отставании искусства для детей от искусства для взрослых.

Однако в детской журналистике этого периода всё же встречаются концептуальные проекты на основе детского творчества, которые меняют роль публикуемых в журнале произведений читателей и выводят интерактивную стратегию детского издания на новый уровень. Примеры таких проектов мы находим в журнале «Галчонок».

## МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Детский литературно-художественный журнал «Галчонок» издавался в Петербурге с 1911 по 1913 г., за этот период вышло более ста номеров. Редактором «Галчонка» был художник-иллюстратор Алексей Александрович Радаков, один из основателей «Сатирикона». Он хотел создать на русской почве детский журнал «нового типа», ориентируясь

на иностранный опыт<sup>8</sup>. Вместе с этим редактор противопоставлял «Галчонку» популярным в России того времени журналам, разным по своей направленности, в том числе и эстетической – среди них, например, было и консервативное «Задушевное слово», основное содержание которого составляли художественные тексты реалистической традиции, и модернистская «Тропинка», в которой детство рассматривалось как особая стадия близости человека к трансцендентному в соответствии с мистическими и религиозными представлениями символизма.

В основе программы «Галчонка» лежал принцип «ребёнок должен учиться, играя» [Галчонок. 1912. № 46. С. 12] (тексты печатаются по нормам современной графики и орфографии; здесь и далее, за исключением отдельно оговорённых случаев, сохраняется авторский курсив). Литературный и научный материал в нём подавался в упрощённой, популярной форме – Радаков настаивал: «упрощать не есть извращать» [Галчонок. 1912. № 46. С. 12]. Авторы «Галчонка» активно использовали в своих произведениях юмор и иронию, не боялись примитивности рисунка, карикатурно подчёркивающего характерные черты изображаемого. Основу литературной части журнала составили произведения С. Городецкого, М. Моравской, Б. Верхоустинского, П. Потёмкина, В. Князева, А. Аверченко, В. Воинова, И. Арденина, в том числе самые популярные в то время поэмы для детей «Чертяка в гимназии» и «Боба Сквозняков в деревне». Иллюстрировали журнал: А. Радаков, А. Бенуа, Н. Резмизов, Н. Радлов, В. Лебедев, С. Маклецов, М. Слепая, Н. Чижев, В. Шухаев, А. Юнгер, В. Нарбут, М. Добужинский и др.

<sup>8</sup> В заметке «К родителям» Радаков пишет: «Начиная всякое новое дело, невольно задаёшь себе вопрос – нужно ли это дело, есть ли почва для него? Создавая «Галчонок» и начиная его редактировать, я тоже задавал себе вопрос – нужен ли нашим русским детям этот новый у нас тип детского журнала (за границей существует много подобного типа журналов, и они пользуются большим успехом у детей. Французские – “Mon journal”, “St.-Nicolas”, “Qui lit-rit”, итальянские – “Primavera”, “Corriere dei Piccoli”, английские – “Little Folks”, “St.-Nicholas”, немецкие – “Der gute Kamerad” и др.)» [Галчонок. 1912. № 46. С. 12].

[gard.ru/online/history/detskoe-tvorchestvo/](http://gard.ru/online/history/detskoe-tvorchestvo/) (дата обращения: 01.05.2023).

<sup>6</sup> Пошечина общественному вкусу: стихи, проза, статьи / Д. Бурлюк, Н. Бурлюк, А. Кручёных, В. Кандинский, Б. Лившиц, В. Маяковский, В. Хлебников. М.: Издание Г.Л. Кузьмина, [1913]. С. 101.

<sup>7</sup> Собственные рассказы и рисунки детей / собрал А. Кручёных. СПб.: Журавль, 1914. 48 с.

Предметом обсуждения в научной литературе «Галчонок» стал сравнительно недавно, материалы о нём немногочисленны. Попытка реконструкции истории журнала предпринята Д.В. Фоминым: в статье «Взлёт и падение журнала «Галчонок» [4] исследователь обобщает мемуарные свидетельства, даёт обзор разделов журнала и анализирует опубликованные в нём работы художников-графиков. Новаторской поэтике литературных произведений «Галчонка» в аспекте типологии модернизма посвящена статья В.В. Головина «Журнал «Галченок» (1911–1913) как литературный эксперимент» [5]. Значительное место этой теме также уделено в исследовании В. Жибуль<sup>9</sup>. В третьей главе автор рассматривает постсимволистскую поэзию для детей на материале произведений главных авторов «Галчонка» – С. Городецкого, М. Моравской, П. Потёмкина, В. Князева. Как справедливо отмечает Д.В. Фомин, в «Галчонке» «огромное значение придавалось налаживанию «обратной связи» с юной аудиторией, пробуждению её творческой активности» [4, с. 65].

Задача настоящей работы – исследовать формы и принципы организации и активизации творческой деятельности читателей, практикующиеся в журнале «Галчонок».

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Первый номер журнала открывается вступительной статьёй редактора [Галчонок. 1911. № 1. С. 2–3]. Она знакомит читателя с главными организаторами журнала – писателем, художником и метранпажем, превращающими «несчастное существо», маленького, только что вылупившегося галчонка в новых красивых галчат, которые должны поселиться на книжных полках в комнатах читателей. Заявленная двойственность Галчонка впоследствии часто обыгрывалась в рисунках, где был одновременно изображён и Галчонок-персонаж, и журнал «Галчонок»<sup>10</sup>.

<sup>9</sup> Жибуль В. Детская поэзия Серебряного века: модернизм. Минск: Логвинов, 2004. 129 с.

<sup>10</sup> См., напр., рисунки, представленные на конкурс: [Галчонок. 1912. № 6. С. 13].

В этом своеобразном манифесте была высказана ключевая для журнала установка на развитие «художественного вкуса своих читателей» [Галчонок. 1911. № 1. С. 3]. Похожую формулировку мы встречаем в «Тропинке», которая декларировала, что ставит своей целью «развивать в детях художественное чутьё»<sup>11</sup>. Но если в «Тропинке» принципы такого развития ограничивались предъявлением образцов художественных произведений, то в «Галчонке», помимо этого, большое внимание уделялось практической стороне. Неслучайно уже в первой истории о Галчонке делается акцент на творческом процессе и объясняются особенности журнального дела. Важнейшей составляющей развития художественного вкуса читателей стала публикация их произведений, заявленная в первом номере. За подписью Галчонка здесь было помещено обращение:

Я очень прошу вас, дорогие читатели, не бояться затруднять меня, и присылать мне свои стихотворения, рассказы и рисунки, т. к. лучшие из них я напечатаю. Задавайте мне вопросы, спрашивайте меня о вещах, вас интересующих. У меня есть редактор, а у него помощники, которые всегда ответят вам в почтовом ящике на ваши вопросы [Галчонок. 1911. № 1. С. 15].

С четвёртого номера началась публикация ответов, она предварялась сообщением:

За три недели своего существования «Галчонок» получил много писем, рисунков, стихов и рассказов. По возможности «Галчонок» постарается ответить всем, насколько позволит место в почтовом ящике, и просит не смущаться, если ответ не будет таков, какой хотелось бы получить нашим читателям. Раз не удастся, два, три... а там, глядишь, и вышло. Всякое начало трудно [Галчонок. 1911. № 4. С. 13].

Публикация произведений читателей оказалась связана с разделом «Почтового ящика». Современные исследования общения с читателями в детской периодике [6–9] доказывают продуктивность анализа форм

<sup>11</sup> Тропинка: Журнал для детей / ред.-изд. П.С. Соловьева, Н.И. Манасеева. СПб.: Тропинка, 1906. № 1. Задняя сторона обложки.



взаимодействия с читателями для уточнения специфики издания. В интересующем нас аспекте детского творчества рассмотрение раздела «Почтовый ящик» оказывается необходимым, поскольку там не только публиковались ответы на присланные письма, но и приводились оценки художественных произведений, сочинённых читателями.

Общение между сотрудниками редакции и читателями было регулярным: ответы публиковались, за редким исключением, в каждом номере; с некоторыми корреспондентами возникала короткая переписка. Базовый механизм публикации произведений читателей в «Галчонке» был основан на коммуникации, «Почтовый ящик» стал важным её инструментом. В первых номерах для публикации детских произведений отводился специальный нерегулярный раздел «Выставка Галчонка», позднее произведения читателей заняли своё место на последней странице журнала вместе с регулярными рубриками «Почтовый ящик» и «Газета Галчонка». Однако, как мы увидим далее, взаимодействие между коммуникацией с читателями и публикацией их творчества в «Галчонке» не исчерпывалось соседством этих разделов.

Аудиторию «Галчонка» можно в общих чертах определить как гимназистов средних классов. На это указывают, помимо косвенных признаков, сообщения об ученических вечерах, например, в Московском реальном училище Воскресенского [Галчонок. 1912. № 7. С. 15], в шестой и первой Петербургских гимназиях [Галчонок. 1912. № 16. С. 15]; [Галчонок. 1912. № 18. С. 15]. Возраст читателей указывался не всегда, но условный возрастной диапазон можно определить на основании некоторых фраз из редакторских комментариев к публикуемым произведениям читателей: «Художнику *всего* 8 лет» [Галчонок. 1912. № 2. С. 9] – «Правда, Шухманов *уже* ученик 6-го класса» [Галчонок. 1912. № 21. С. 4] (курсив мой. – А. Л.). Материалов для самых маленьких в журнале не было. География аудитории журнала широка: читатели «Галчонка» живут в разных губерниях России (иногда в ответах на письма указывается город) и даже вне её пределов – встречается, например, сообщение о том, что

«Галчонка» можно было купить в Нью-Йорке<sup>12</sup>. О широком географическом охвате также свидетельствует высокий тираж<sup>13</sup>. Всего за время существования журнала было опубликовано около 700 ответов читателям. Тексты читательских обращений в «Галчонке» не печатались, лишь изредка приводились цитаты из них.

В журнале был принят особый стиль общения. Для коммуникации между издателями и читателями-детьми в данном случае оказался важным механизм, который лежит в основе детской игры, часто связанной с ролеположением и основанной на имитации (классические примеры – игры в дочку-матери, в магазин, в школу)<sup>14</sup>, и вместе с этим подразумевает вовлечение в «вольную импровизацию» предметов окружающего мира. Одним из таких «предметов» стал Галчонок-персонаж.

Из опубликованных ответов ясно, что читатели адресовали свои сообщения или сотрудникам редакции, или Галчонку-персонажу – ответы, в свою очередь, тоже были написаны от лица Галчонка. Затеянная в первом номере игровая персонификация журнала нашла отклик среди читателей, например, многие интересовались, не замерзнет ли Галчонок зимой, и он отвечал: «Ки-

<sup>12</sup> «В. Оже. – <...> Журнал наш в Нью-Йорке продаётся. Из Америки пиши и присылай рисунки для «Географии Галчонка». Очень будет интересно» [Галчонок. 1912. № 48. С. 15].

<sup>13</sup> Радаков пишет: «Как относились дети, родители и педагоги к «Галчонку»? Детям он нравился. Это показал большой по тому времени тираж журнала – 18 тысяч («Задуманное слово», издававшееся 25 лет, имело тираж в 15 тысяч и в розницу совсем не шло, «Галчонок» же шёл почти только в розницу» (Радаков А. Как делался «Галчонок» // Детская литература. 1940. № 8. С. 29). Такой же тираж (12–15 тысяч экземпляров) «Задуманного слова» указан в докторской диссертации М.И. Холмова (Холмов М.И. Становление советской журналистики для детей: дис. ... д-ра филол. наук. Л.: ЛГУ им. А.А. Жданова, 1985. С. 30). Представленные Радаковым цифры указываются также в учебном пособии Л.Н. Колесовой (Колесова Л.Н. Детские журналы России (1785–1917). С. 102).

<sup>14</sup> См. напр., размышления Й. Хёйзинга о греческом слове «παίδία» [10, с. 62; 83–84], концептуализацию этого понятия в работе Р. Кайуа [11, с. 51] и его размышления о миметических играх [11, с. 46–48; 57–60].



рюше Верховскому. – Спасибо за участие, но ты беспокоишься совершенно напрасно, у Галчонка галоши и шуба тёплые – ему никакая погода не страшна и насморка он не получит. Поклон от Галчонка твоей лошадке «Живчику» и красивым лебедям, особенно чёрным, – которые так же черны, как и Галчонок» [Галчонок. 1913. № 7. С. 15]. В других выпусках журнала мы находим около десятка аналогичных ответов. К информативной и фатической функциям письма в редакцию как вида обратной связи здесь добавляется игровая.

В соответствии с обращением редактора читатели действительно задавали разные вопросы, в том числе не связанные с материалами журнала. См., например, ответы: «К. Юкс. – <...> Ты спрашиваешь в какой губернии ты живёшь – в Воронежской» [Галчонок. 1913. № 23. С. 15]; «Грише К. – Первая русская грамматика была составлена Михаилом Васильевичем Ломоносовым. «Фелица» – известная ода, написанная Державиным», «Сергею Петровскому. – Самым трудным языком считается китайский» [Галчонок. 1912. № 39. С. 15]. Дети писали Галчонку о своей жизни, а он, в свою очередь, отвечал: поздравлял с праздниками, желал выздоровления или успехов на экзамене, интересовался занятиями детей, задавал вопросы о путешествиях и т. д. Значительная часть публикуемых ответов была посвящена присланным читателями произведениям. Сообщалось, что произведение получено, или давалась краткая оценка, например: «Коле Ландеру. – Рассказец не подходит; но ведь это только ваш первый опыт, а потому не унывайте» [Галчонок. 1911. № 6. С. 14]. Постепенно в «Галчонке» сформировалась дружеская среда для общения – в том числе, об искусстве и творчестве. Шутливый тон редакции отразился на отношении читателей к отправке собственных произведений в журнал, например, среди первых ответов был такой:

Тане Розенфельд. – Вы пишете:  
Редакция «Галчонка»!  
Прошу вас дать ответ,  
Вам нравится мальчонка?  
Скажите, да или нет!

Отвечаем – нравится! вид у него презабавный. Мы его хотим показать нашим читателям, поэтому напечатаем [Галчонок. 1911. № 4. С. 13].

Некоторых читателей Галчонок просил позвонить или приглашал прийти для обсуждения их произведений в редакцию<sup>15</sup>. По-видимому, с активными читателями велась последовательная работа. В настоящий момент автор статьи не располагает сведениями о существовании архива журнала, разыскать его не удалось. Однако некоторые элементы работы с читателями мы находим и на страницах «Галчонка», например, в трёх номерах Галчонок последовательно публикует ответы-комментарии к стихотворениям Н. Гришанина: «<...> Стихи написаны складно, но они немного неестественны, лучше писать проще... Можешь присылать нам и стихи без рифмы, – так называемые белые стихи» [Галчонок. 1912. № 39. С. 15]; «Стихи твои хороши. Избегай таких сокращений слов как: *гладный, хладный*; это устарелый приём. *Прокливание* не говорят, а говорят – *проклятие*» [Галчонок. 1912. № 40. С. 15]; «Стихотворение «Грусть» мне понравилось. Ты подражаешь в нём стихам Кольцова. Избегай сокращать слова (*сказочну*, вместо *сказочную, младости – молодости* и т. д.)» [Галчонок. 1912. № 41. С. 15].

Совет «писать проще», избегая устаревших форм и основываясь на собственном жизненном опыте, редактор давал и другим читателям. Кроме этого, рекомендовалось обращать особое внимание на размер и рифму в стихотворных произведениях, избегать отглагольных рифм, внимательно наблюдать за окружающим миром, больше рисовать с натуры, соблюдать реалистичность изображения размера предметов, следить за точностью и ясностью как языковых выражений, так и рисунков<sup>16</sup>.

<sup>15</sup> См., напр., ответ: «А. Мазеку. – Зайди, если можешь в пятницу, в 4 с половиной часа в редакцию. Я с тобой поговорю о твоём рассказе» [Галчонок. 1912. № 41. С. 15].

<sup>16</sup> См.: «Грудинину. – Получил твой рассказ «Битва» и рисунки. Постарайся писать проще, не гонись за громкими словами и присылай ещё» [Галчонок. 1913. № 15-16. С. 19], «С. Нестерову. – Стихи не совсем гладко написаны, много отглагольных рифм» [Галчо-

Материалов, непосредственно посвящённых обучению читателей литературному и изобразительному творчеству, в журнале было немного. В одном из номеров мы находим «Краткую пометку о стихосложении», в ней объясняются стихотворные размеры и виды рифм, даются пояснения: «Рифма считается хорошей, когда она обладает: 1) *полнотой созвучия или «богатством», 2) неожиданностью, 3) выразительностью»* [Галчонок. 1912. № 37. С. 15]. В следующем номере опубликована заметка для художников [Галчонок. 1912. № 38. С. 10], в которой излагаются практические советы, касающиеся, например, соблюдения пропорций. В специальном номере, посвящённом публикации произведений читателей, художник Сергей Маклецов в заметке «Как нужно рисовать» предпринимает попытку обосновать выбор редакцией рисунков для публикации. Он объясняет читателям, почему порой предпочтение отдаётся не технически верно выполненным рисункам, а тем, которые кажутся несовершенными: «Дело в том, что в рисунках, которые я назвал «похожими на рисунки взрослых», нет того, что мы упорно хотим поощрять и развивать в своих читателях, того, <...> что называется **художественной индивидуальностью**», далее поясняя, что это значит изображать предметы «по-своему, как они тебе лично представляются» [Галчонок. 1913. № 39. С. 15]. Очевидно, что эти заметки были призваны обратить внимание на типичные ошибки, которые допускают в творчестве дети. Они были опубликованы в поздних номерах журнала; их ключевые положения повторяют и поясняют многие советы, которые уже давались читателям в разделе «Почтовый ящик», поэтому справедливо полагать, что позиции сотрудников журнала относительно детского творчества сформировались в ходе переписки

нок. 1913. № 2. С. 15], «В. Н-н. – Получили твой рисунок «Пожар Москвы». Голубчик, ведь Москва – город, а ты нарисовал избушку и маленькую часовенку» [Галчонок. 1913. № 3. С. 15], «Петру Павлухину. – <...> В стихотворении встречается много неясных выражений, напр., «погода гуляет» [Галчонок. 1912. № 4. С. 15]; «Нине Елькиной. – В твоей песенке совсем нет ни размера, ни рифмы» [Галчонок. 1913. № 47-48. С. 23].

ки с читателями и анализа большого количества детских текстов и рисунков, присылаемых в редакцию. Указанные советы и заметки, как и попытки публикации читательских произведений на «Выставке Галчонок» [Галчонок. 1912. № 2. С. 9] с комментариями, свидетельствуют о том, что диалог с читателями об их творческих опытах выстраивался последовательно и осознанно.

Игровое коммуникативное поведение редакции и публичная реакция на присланные читателями произведения формировали на страницах «Галчонок» особый сквозной нарратив, который в игровой форме репрезентирует деятельность редакции. Он экстраполировался на другие материалы журнала. В первом номере журнала была помещена объёмная заметка и рисунки авторства А. Радакова, где работа редакции «Галчонок» была изображена в гротескно-фантастическом ключе, впоследствии этот сюжет стал темой комикса «Редакционный день «Галчонок» с рисунками В. Лебедева [Галчонок. 1912. № 16. С. 4], а также лёг в основу стихотворения В. Воинова «Галчонок перед праздниками», где говорится о том, как сильно занят Галчонок, ведь ему «Нужно живо «в кратком писк» / Рассказать весьма толково / Об условиях подписки» [Галчонок. 1912. № 50. С. 1]. Игровой художественный нарратив сближался с реальной практикой издания, а поскольку важную роль в этой практики играла творческая коммуникация с читателями, этот сквозной нарратив апеллировал, в том числе, и к их активности. Было опубликовано несколько произведений «взрослых» авторов, в которых героями стали постоянные читатели журнала, конкретные и названные по фамилиям (состав их различался). На первой странице 44-го номера помещён рисунок С. Маклецова, изображающий читателей «Галчонок» [Галчонок. 1913. № 44. С. 1]. Читатели упоминаются в стихотворении, опубликованном в специальном номере от лица Галчонок – «Под конец скажу я вам, / Что талантливых ребят / Я люблю, как галченят» [Галчонок. 1913. № 39. С. 12-13]. Интересный случай взаимодействия реальности и вымысла представлен в рассказе М. Федотова «Печатное слово» [Галчонок. 1913. № 1.

С. 2-6], в художественное пространство которого помещены тексты, сочинённые читателями. Герои рассказа – читатели «Галчонка» – вместе издают домашний журнал, сочиняют и разыскивают для него материалы. Произведения, в действительности написанные читателями и присланные в редакцию, оформлены в нём как внутритекстовые компоненты. В контексте проблематизации рассмотрения материалов детского журнала как концептуально целостного явления [12–13] укажем, что, на наш взгляд, в случае «Галчонка» «игровое» коммуникативное поведение редакции выступает одним из оснований для такой концептуализации.

Акцентированное переплетение фикционального и реального легло в основу стратегии «Галчонка», направленной на развитие художественных способностей читателей. Реальные акторы этой деятельности получили на страницах журнала своё игровое, фикциональное воплощение в образах персонажей. Как и другие издания, которые занимались публикацией образцов детского творчества, активных читателей, присылающих в журнал свои сочинения, «Галчонок» называл «сотрудниками»<sup>17</sup>. В поздней статье «Как делался «Галчонок» (1940) Радаков писал:

В «Галчонок» пришли художники и писатели, давшие массу злободневного, смешного, наивного и трогательного материала, давшие жизненную зарядку «Галчонку». Это были сами дети – читатели журнала. Ребёнок любит всякое дело, в котором он сам принимает участие. Ему нравится то, к чему он приложил свою руку, фантазию и выдумку. <...>

Это свойство детей и надо было использовать и развить в «Галчонке». Нужно было сделать их ближайшими сотрудниками журнала, нужно было показать наравне с работами «настоящих» художников и писателей и работы самих детей. Необходимо было показать, что журнал – это не какая-то таинственная лаборатория, где ужасно ум-

ные дяди непонятным образом вершат своё трудное дело.

Привлечение детей к сотрудничеству в журнале тогда казалось совершенно ненужным, чуть ли не вредным, развращающим детей. Забывали, что одарённые дети, любящие литературу, в школах и гимназиях сами издавали писанные от руки журналы, рисовали карикатуры, писали стихи. Я достал несколько таких самодельных журналов, и они дали мне очень много, помогли найти тон журнала<sup>18</sup>.

Радаков, конечно, несколько утрирует. Популярнейшие детские журналы к 1911 г., когда начал выходить «Галчонок», уже публиковали произведения читателей. Однако, как мы писали выше, формы такого сотрудничества не отличались разнообразием – оно не было организованным и не акцентировалось в журналах.

Обсуждение литературных и живописных читательских опытов подкреплялось освещением различных событий из мира детского творчества. Публиковались материалы о талантливых детях: статья о тринадцатилетней художнице из Англии Дафни Аллен [Галчонок. 1912. № 51. С. 12] или рисунок автора под псевдонимом «Мага», где был изображён юный дирижёр Вилли Ферреро [Галчонок. 1913. № 47-48. С. 5]. В шестом номере за 1913 г. был напечатан репортаж с «Выставки ученических работ в Тенишевском училище» [Галчонок. 1913. № 6. С. 11-12] с комментариями автора заметки. Радаков помещал в «Газету «Галчонка» репортажи о творческих вечерах и концертах в учебных заведениях – сведения о них присылали читатели.

Собственно детской журналистики в «Галчонке» не было. Текст сообщений, вероятно, писался в редакции: он был выдержан в рамках фактологической точности изложения и соответствовал стилю опубликованных в «Газете» мировых новостей. Однако у читателей, помимо творческого сотрудничества, была возможность попробовать свои силы в качестве репортёра, сообщая информацию о творческих мероприятиях из своей школьной жизни.

<sup>17</sup> См., напр.: «Брысину. – Буквы хороши, но слишком бледно нарисованы и потому в печати они не выйдут. Присылай ещё, только нарисуй их лучше пером. Ты мой опытный сотрудник, и тебя это не затруднит» [Галчонок. 1912. № 40. С. 15]; «Дине Затупкиной. – Конечно, можешь сотрудничать; пришли нам свои рисунки и стихи, если подойдут, мы их с удовольствием напечатает» [Галчонок. 1913. № 2. С. 15].

<sup>18</sup> Радаков А. Как делался «Галчонок». С. 25.

Детское творчество стало в «Галчонке» значимой составляющей. Публикация сочинений и рисунков читателей, отклики на них сотрудников редакции, переписка с читателями, комментарии и советы, связанные с совершенствованием мастерства юных сочинителей и художников, сложились в особую коммуникативно-творческую среду. Важным условием этого стала организация детского творчества со стороны редакции.

Уже в первом номере читателям «Галчонка» было предложено прислать в редакцию четыре рисунка на указанные темы, и дано обещание опубликовать лучшие из них. Причём заданные для изображения темы явно побуждали к созданию цельной истории:

- 1) Портрет вашего героя или героини, и подписать его имя.
- 2) Где он провёл своё детство и чем занимался.
- 3) Что он больше всего любит и чего больше всего боится.
- 4) Какое в его жизни было самое интересное приключение [Галчонок. 1911. № 1. С. 10].

Рисунки победителя этого конкурса составили содержание первой «Выставки Галчонка». Героем изобразительного цикла стал ученик, чей образ далёк от канонического прилежного школьника. На первом рисунке герой изображён с папиросой, своё детство он провёл на школьной скамье, где «скатывал (шпаргалил)». Больше всего он любит звонок на большую перемену, а больше всего боится звонка на урок. Самое интересное приключение в его жизни – «выставка из училища» [Галчонок. 1911. № 5. С. 10]. То, что именно такая история была отобрана в качестве лучшей, может свидетельствовать о стремлении редакции быть ближе к читателям и исходить из их интересов. Подобного рода герои часто становились предметом изображения как взрослых авторов «Галчонка», так и детей. Очевидная симпатия сотрудников редакции (в значительной степени состоящей из сотрудников литературно-художественного журнала сатиры и юмора «Сатирикон») к хулиганским сюжетам распространялась на предпочтения в творчестве читателей (см., например, ответ «Серёже Бобровскому». – <...> Рисунки хороши, осо-

бенно тот, где Галчонок разбил вазу, а папаша в цилиндре бранит его» [Галчонок. 1912. № 18. С. 15]). Конечно, было бы ошибкой полагать, что редакция безусловно поддерживала хулиганские выходки и, как выражались критики, «развращала детей»<sup>19</sup>. Школьные шалости, детское лукавство, тема противостояния детей и взрослых на страницах «Галчонка» стали тем языком, которым сатирик-концы заговорили с читателями об актуальных для детей вещах: сатира теперь была направлена на учителей, а детские проделки изображались с мягкой иронией.

В журнале часто организовывались различные конкурсы, большинство из них – творческие. Читателям предлагалось нарисовать рисунок или сочинить стихотворение на заданную тему, проиллюстрировать басенные сюжеты примерами из жизни людей [Галчонок. 1911. № 5. С. 4], преобразовать прозаический текст в поэтический [Галчонок. 1912. № 13. С. 5], найти «несообразности» и пр. Большой успех имел конкурс, для которого нужно было «нарисовать два рисунка серии «День Галчонка»: 1) Галчонок учится и 2) Галчонок играет», ориентируясь на представленный пример [Галчонок. 1912. № 6. С. 13]. Интересно и поощрение, обещанное победителю конкурса: «Лучшие 4 рисунка я напечатаю и, кроме того, напечатаю 50 открыток, с подписью автора, которые и пошлю ему в подарок» [Галчонок. 1912. № 6. С. 13]. На этот конкурс, по уверению редакции, было прислано более трёхсот рисунков ([Галчонок. 1912. № 9. С. 15]), некоторые из них были опубликованы в журнале. Такой успех отчасти можно объяснить тем, что читатели любили Галчонка-персонажа. В специальном номере, посвящённом публикации произведений читателей, Иероним Арденин в заметке «О моих

<sup>19</sup> См.: «Право, критика многих педагогов недалеко ушла от критики сотрудника «Нового времени» Бурнакина, который дал целый «подвал» под таким весёленьким названием: «Растлитель детей Радаков и еврей Корнфельд» (Корнфельд – издатель журнала). В этом подвале говорилось, что евреи взялись за развращение детей, что семья в опасности и что всегда найдётся «гой», который за еврейское золото (я получал 100 рублей в месяц) будет исполнять их приказания» (Радаков А. Как делался «Галчонок». С. 29).



читателях» от лица Галчонка констатирует: «Чаще всего маленькие художники рисуют меня, во всех видах и положениях: «Галчонок идёт в класс», «Галчонок катается на автомобиле», «Галчонок играет в мяч», «Галчонка поставили в угол», «У Галчонка зубы (?) болят», «Галчонок сморкается», «Галчонок пошёл по грибы» и т. д.» [Галчонок. 1913. № 39. С. 11].

Постепенно творческие конкурсы эволюционировали из индивидуальных заданий, предполагающих отдельную публикацию лучших результатов, в коллективные проекты. Одним из первых таких примеров стала попытка интерактивного повествования в «Путешествии Мики Брыкина». В № 18 за 1912 г. Галчонок публикует его первую часть, в которой Мика решается убежать из дома навстречу приключениям. После неё следует обращение к читателям:

Я начинаю печатать путешествие Мики. Его ждёт масса приключений, удач и неудач. Он попадёт и на далёкий север и на юг, будет странствовать по дремучим лесам, безводным пустыням.

Я постараюсь сделать это путешествие самым интересным, но интерес его будет зависеть и от вас, мои читатели. Присылайте мне те приключения, которые – вы хотели бы, – чтобы случились с Микой, а также и рисунки. Самые интересные приключения я буду иллюстрировать (помещу также и ваши рисунки) и вы будете каждую субботу следить за путешествием Мики.

Мне интересно посмотреть, какая фантазия у моих читателей, и я надеюсь, что Кот-Котище, Юра Мацкевич, Ван-ден-Бюри, Базаров и другие заставят героя испытать невероятные приключения.

Тем, которые пришлют несколько интересных приключений и рисунков, я pošлю в подарок книжку, после того, как окончится путешествие Володи (ошибка. – А. Л.).

Жду присылки [Галчонок. 1912. № 18. С. 9].

Стоит обратить внимание на намерение издать получившуюся историю отдельной книжкой. Как и в случае с серией рисунков «День Галчонка» активные читатели получили бы возможность увидеть материальное воплощение собственного творчества в форме самостоятельного произведения. При этом, по замыслу редактора, итоговая работа

стала бы продуктом коллективной творческой мысли.

Спустя несколько номеров было опубликовано продолжение, присланное читателем.

«Тревожную ночь» нам прислал Г. Шухманов, из всех присланных рассказов лучшие были его и рассказ А. Базарова о том, как Мика пошёл в редакцию Галчонка. Правда, Шухманов уже ученик 6-го класса. Я только местами изменил стиль, чтобы сделать рассказ более интересным, и кончил тем, что Мика попал на баржу, так как едва ли Мике удалось бы прокрасться до Николаевского вокзала, как это было у Г. Шухманова [Галчонок. 1912. № 21. С. 4].

Впоследствии было опубликовано ещё одиннадцать частей «Путешествия Мики Брыкина», иллюстрированных, в том числе, читателями. Дальнейшие публикации подписаны не были, поэтому сложно сказать, в какой степени читатели были ответственны за сюжет. В «Почтовом ящике» мы находим свидетельства продолжения их сотрудничества с редакцией: «Мурзилке 9-ти лет. – Молодец, Мурзилка, хорошо написал про Мiku Брыкина» [Галчонок. 1912. № 26. С. 15]. Последняя опубликованная часть рассказа заканчивалась традиционной фразой «(Продолжение следует)» [Галчонок. 1912. № 35. С. 8], однако на этом историю прекратили печатать без объяснения причин. В 45-м номере Галчонок отвечает на вопрос о продолжении «Путешествия» однозначно: «Воля Рожанский. – Дорогой Воля! Родители Мики Брыкина нашли несчастного своего сына, который был очень рад вернуться в родной уютный дом и к весёлым своим друзьям в гимназию. И он, и родители очень просят сообщить тебе, что больше путешествовать он не намерен» [Галчонок. 1912. № 45. С. 15].

Вскоре сотрудники и читатели журнала были захвачены новым масштабным проектом, который оказался более удачным. В № 37 было опубликовано начало «Азбуки Галчонка» [Галчонок. 1912. № 37. С. 9] с рисунками А. Александрова и подписями-двустишиями. Читателям было предложено продолжить азбуку, прислав свои рисунки букв и изображения предметов, чьи названия начинались на эти буквы. Этот конкурс пользовался ог-



ромной популярностью, в редакцию приходило много рисунков, и значительная часть ответов в «Почтовом ящике» теперь были реакцией на присланные в его рамках работы. По завершении конкурса (он длился с 37 по 46 номера за 1912 г.), как и обещалось, была издана малоформатная книжка с азбукой. По замыслу редактора, по ней читатели могли заниматься со своими младшими братьями и сёстрами.

К рисункам букв читатели по предложенному образцу придумывали стихотворные подписи-двустушия, прагматика которых была устроена по авангардистскому принципу: стихи одновременно обращались к персонажу или предмету, изображённому на рисунке, и к читателю<sup>20</sup>. Это сближает их с авангардистским преломлением эстетики райка и лубочных картинок, позднее широко распространённым в раннесоветских детских книжках. Многие подписи к буквам имели схожую конструкцию, начинающуюся с «Вот...»: например, к рисунку Александрова «Вот Египтянин. Он ходил / Смотреть – не обмелел ли Нил» [Галчонок. 1912. № 37. С. 9] или к рисунку читателя Трёхлетова «Вот Лампа, – все должны вы знать, / Что с лампою нельзя играть» [Галчонок. 1912. № 41. С. 8]<sup>21</sup>. Присланные читателями подписи к буквам в некоторых случаях тоже стремились выйти за пределы собственно художественного, фикционального нарратива. На одном из вариантов буквы Р, например, был изображён Радаков («Редактор Радаков – он / Всем читателям знаком») [Галчонок. 1912. № 46. С. 8]. К букве Т прилагалась такая подпись: «Бенгальский Тигр разинул пасть / Не хочет в азбуку попасть» [Галчонок. 1912. № 46. С. 8] – ср. со стихотворением постоянного автора «Галчонка» Марии Моравской «Жалоба слона» (оно было опубликовано в её сборнике детских стихотворе-

ний «Апельсинные корки»<sup>22</sup>, в «Галчонке» не публиковалось):

Только грустен у ограды  
Старый, серый, толстый слон.  
Но лишь хлеба ему дали  
И спросили о печали,  
Он Гришутке дал ответ:  
– Не хочу, чтоб рисовали  
На резинках мой портрет!..<sup>23</sup>

Характерно и то, что буквы в рисунках читателей могли выходить за рамки установленной азбучной формы и становиться объектами действия персонажей: «Утомясь от разных дел, / Человек на букву сел», «Точно письма почтальон, / Подаёт С детям слон» [Галчонок. 1912. № 43. С. 5]. Таким образом, повествование в «Азбуке Галчонка» тоже выходило к метауровню, комментируя и сами буквы, и их присутствие в азбуке. Отличие «Азбуки Галчонка» от предшествующей эстетической парадигмы отчётливо прослеживается при сопоставлении с другими азбуками этого периода, чья оригинальность выражалась в тематическом и графическом плане – например, с изысканной модернистской азбукой Александра Бенуа (упомянем, что Коля Бенуа, сын художника, был постоянным читателем и «сотрудником» «Галчонка»), «Мифологической азбукой» Николая Чернышева с соответствующими названию сюжетами и исторической азбукой Елизаветы Бём. Весёлые подписи к буквам, рефлексирющие над самим форматом азбуки, в «Азбуке Галчонка» встраиваются в ряд уже не модернистских, но авангардистских азбук. Как отмечает Е.Ю. Ромашина, азбуки начала XX века «создавались как арт-объект и функционировали, прежде всего, именно в этом качестве» [15, с. 95]. «Азбука Галчонка» стала арт-объектом, порождённым коллективным творчеством читателей и сотрудников журнала.

<sup>20</sup> Об «интровертивной прагматике, отражающей самоорганизующееся начало авангардного акта коммуникации и творчества» в литературе русского авангарда см.: [14].

<sup>21</sup> Ср. со строчками Маяковского: «Вот верблюд, а на верблюде / возят кладь / и ездят люди» (Маяковский В. Полное собрание сочинений: в 13 т. / подгот. текста и прим. В.А. Катаняна. М.: Гос. изд-во худ. лит., 1955–1961. Т. 10. С. 241).

<sup>22</sup> Моравская М.Л. Апельсинные корки: Стихи для детей. СПб.: Тип. Г. Шумахера и Н. Бругара, 1914. 64 с.

<sup>23</sup> Цит. по: Моравская М. Апельсинные корки // Книга про книгу «Апельсинные корки» Марии Моравской / сост. и авт. предисл. М. Ясн. СПб.: Образовательные проекты, 2012. С. 52. Речь здесь идёт о стирательных резинках фирмы «Koh-i-Noor».

## ВЫВОДЫ

Детское творчество в «Галчонке» выходит за рамки конкурсов лучших работ на ту или иную тему, обеспечивая читателям возможность деятельного участия в создании материалов журнала. Рукою редактора разрозненные индивидуальные работы читателей приобретают художественную оформленность коллективного произведения – цельность, связность и концептуальность. В то же время созданная в «Галчонке» игровая коммуникативно-творческая среда обеспечивает соотнесённость детского творчества с другими элементами журнала, позволяя ему стать органичной частью «Галчонка» и занять значимое место в его программе.

Сближение с современностью и активное общение с читателями даёт «Галчонку» возможность экспериментировать в создании новых форм взаимодействия с детским творчеством, которые оказываются близки авангардным поискам. В то время, когда в детских журналах творческие работы читателей печатаются в рамках входящей корреспонденции, «Галчонок» делает значимой частью своей программы последовательную работу с детским творчеством.

Кульминацией деятельности, направленной на стимулирование творчества читателей, стал специальный номер «Галчонка», составленный из детских рисунков, рассказов и стихотворений [Галчонок. 1913. № 39]. Примечательно, что редакция называла его «номер читателей» – такое наименование на уровне связи словосочетания эксплицирует одновременно причастность читателей и их

«власть» над этим номером. В 1913 г. количество конкурсов и творческих проектов стало постепенно уменьшаться вплоть до полного исчезновения. Из журнала ушёл Алексей Радаков. В «Галчонке» продолжали публиковать оригинальные произведения (хотя становилось всё больше переводных), но работа с читателями теперь ограничивалась получением, публикацией или комментированием их произведений. В «Почтовом ящике» новый редактор<sup>24</sup> писал о намерении издать ещё один «номер читателей»<sup>25</sup>, однако этим планам – как и многим другим – не суждено было осуществиться. Хотя в последнем номере журнала был опубликован полноценный анонс содержания на 1914 г. [Галчонок. 1913. № 49-50. С. 21], 1913 г. стал для журнала последним. Одним из последних актов развития детского творчества в «Галчонке» символично стали объявления об уроках рисования Сергея Маклецова, знаменующие выход из пограничного игрового поля, специально организованной в «Галчонке» специфической творческой среды, балансирующей между игрой и реальностью, вплотную к уровню непосредственного бытия и образовательной деятельности.

<sup>24</sup> Согласно «Библиографии периодических изданий России» с № 11 за 1913 год журнал редактировала С.Г. Корнфельд (Беляева Л.Н., Никифоров М.М., Зиновьева М.К. Библиография периодических изданий России. 1901–1916 / под общ. ред. В.М. Барашенкова [и др.]. Л.: Б. и., 1958. Т. 1. С. 372), автору данной статьи неизвестно, кто вёл раздел переписки.

<sup>25</sup> «С. Храброву. – Мы предполагаем через некоторое время опять выпустить № читателей» [Галчонок. 1913. № 45. С. 15].

## Список источников

1. Головин В.В. Детские журналы Серебряного века: поэтика развлечений // Русская развлекательная культура Серебряного века. 1908–1918 / Э. Анри-Сафье, И.З. Белобровцева, Н.А. Богомолов и др.; сост. Н.Я. Букс, Е.Н. Пенская; отв. ред. Е.Я. Курганов. 2-е изд. М.: Изд. дом Высш. шк. экономики, 2018. С. 63-84. <https://elibrary.ru/xnckhm>
2. Родигина Н.Н. Журнал «Задумчивое слово» как актор образовательного пространства Российской империи второй половины XIX – начала XX в. // Сибирский педагогический журнал. 2019. № 2. С. 73-84. <https://doi.org/10.15293/1813-4718.1902.08>, <https://elibrary.ru/nohzwu>
3. Ремезова К.В. В преддверии авангардной практики: экспонирование детских рисунков на 5-й выставке «Нового общества художников» // Актуальные проблемы теории и истории искусства. 2014. № 4. С. 525-531. <https://elibrary.ru/uhgdan>

4. Фомин Д.В. Взлёт и падение журнала «Галчонок» // Библиотекосведение. 2012. № 4. С. 59а-67. <https://elibrary.ru/pfbzcl>
5. Головин В.В. Журнал «Галченок» (1911–1913) как литературный эксперимент // Детские чтения. 2014. Т. 6. № 2. С. 23-37. <https://elibrary.ru/vfxfmd>
6. Бочкарёва Н.С., Табункина И.А. Диалог с читателями на страницах пермской детской книги «Оляпка» // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2010. № 5 (11). С. 194-201. <https://elibrary.ru/mvxtpj>
7. Черепнева Л.М. Первый российский журнал для детей «Детское чтение для сердца и разума» и его работа с аудиторией // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2020. № 3. С. 100-118. <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.3.2020.100118>, <https://elibrary.ru/rzrtmf>
8. Блохина Я.А., Дубровская Т.В. Категория диалогичности в развлекательных жанрах советской детской прессы (на примере журнала «Пионер» 1970-1980-х гг.) // Russian Linguistic Bulletin. 2022. № 6 (34). Ст. 15. <https://doi.org/10.18454/RULB.2022.34.10>, <https://elibrary.ru/fmdvaz>
9. Ромашина Е.Ю. Детский журнал как интерактивный проект, или Почтовый ящик «Задуманного слова» Маврикия Вольфа // Электронный научно-образовательный журнал «История». 2023. Т. 14. № 3 (125). Ст. 20. <https://doi.org/10.18254/S207987840025023-4>, <https://elibrary.ru/olthha>
10. Хёйзинга Й. Homo ludens. Человек играющий / сост., предисл. и пер. с нидерл. Д.В. Сильвестрова; коммент., указ. Д.Э. Харитоновича. СПб.: Изд-во Ивана Лимбаха, 2011. 409 с.
11. Кайуа Р. Игры и люди // Кайуа Р. Игры и люди. Статьи и эссе по социологии культуры / сост., пер. с фр. и вступ. ст. С.Н. Зенкина. М.: ОГИ, 2007. С. 31-204.
12. Тулякова Е.И. Детский журнал второй половины XIX в. как метатекст (к постановке проблемы) // Текст. Книга. Книгоиздание. 2012. № 1 (1). С. 27-34. <https://elibrary.ru/pjaxbl>
13. Маругина Н.И. Дискурсивно-тематическая направленность детского журнала XVIII–XX вв. // Язык и культура. 2011. № 2 (14). С. 29-35. <https://elibrary.ru/nuztbb>
14. Фещенко В.В. Как ведёт себя авангард? Особенности прагматики в авангардной коммуникации // Фещенко В.В. Лаборатория логоса: Языковой эксперимент в авангардном творчестве. М.: Языки славянских культур, 2009. С. 111-120. <https://elibrary.ru/suqihp>
15. Ромашина Е.Ю. «Забава и польза для детей»: азбука в картинках в учебном книгоиздании России XIX в. // Текст. Книга. Книгоиздание. 2017. № 14. С. 76-99. <https://doi.org/10.17223/23062061/14/5>, <https://elibrary.ru/zhjwbp>

## References

1. Golovin V.V. Detskie zhurnaly Serebryanogo veka: poetika razvlechenii [Children's magazines of the Silver Age: the poetics of entertainment]. In: Henri-Safier E., Belobrovtsseva I.Z., Bogomolov N.A. et al. *Russkaya razvlekatel'naya kul'tura Serebryanogo veka. 1908–1918* [Russian entertainment culture of the Silver Age. 1908–1918]. Moscow, National Research University Higher School of Economics Publishing House, 2018, pp. 63-84. (In Russ.) <https://elibrary.ru/xnckhm>
2. Rodigina N.N. The magazine “Zadushevnoe slovo” as the actor of the educational space of the Russian Empire in the second half of 19th – early 20th century. *Sibirskii pedagogicheskii zhurnal = Siberian Pedagogical Journal*, 2019, no. 2, pp. 73-84. (In Russ.) <https://doi.org/10.15293/1813-4718.1902.08>, <https://elibrary.ru/nohzwu>
3. Remezova K.V. Eve of the avant-garde practice: exhibition of children's drawings within the 5th exhibition of the “New society of artists”. *Aktual'nye problemy teorii i istorii iskusstva = Actual Problems of Theory and History of Art*, 2014, no. 4, pp. 525-531. (In Russ.) <https://elibrary.ru/uhgdan>
4. Fomin D.V. Rise and fall of “Galchonok” magazine. *Bibliotekovedenie = Library and Information Science (Russia)*, 2012, no. 4, pp. 59a-67. (In Russ.) <https://elibrary.ru/pfbzcl>
5. Golovin V.V. Zhurnal «Galchenok» (1911–1913) kak literaturnyi eksperiment [The magazine “Galchenok” (1911–1913) as a literary experiment]. *Detskie chteniya = Children's Readings: Studies in Children's Literature*, 2014, vol. 6, no. 2, pp. 23-37. (In Russ.) <https://elibrary.ru/vfxfmd>
6. Bochkareva N.S., Tabunkina I.A. The dialogue with the readers on the pages of the Perm children's book “Olyapka” (dipper). *Vestnik Permskogo universiteta. Rossiiskaya i zarubezhnaya filologiya = Perm University Herald. Russian and Foreign Philology*, 2010, no. 5 (11), pp. 194-201. (In Russ.) <https://elibrary.ru/mvxtpj>

7. Cherepneva L.M. The first Russian children's magazine "Children's reading for the heart and mind" and it's dealing with the audience. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika = Bulletin of Moscow University. Series 10: Journalism*, 2020, no. 3, pp. 100-118. (In Russ.) <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.3.2020.100118>, <https://elibrary.ru/rzrtmf>
8. Blokhina Ya.A., Dubrovskaya T.V. The category of dialogueness in the entertainment genres of the soviet children's press (on the example of "Pioneer" magazine of the 1970s – 1980s). *Russian Linguistic Bulletin*, 2022, no. 6 (34), art. 15. (In Russ.) <https://doi.org/10.18454/RULB.2022.34.10>, <https://elibrary.ru/fmdvaz>
9. Romashina E.Yu. Children's magazine as an interactive project, or the mailbox in Mauritius Wolff's "Zadushevnoye slovo". *Elektronnyi nauchno-obrazovatel'nyi zhurnal «Istoriya» [Electronic scientific and educational magazine "History"]*, 2023, vol. 14, no. 3 (125), art. 20. (In Russ.) <https://doi.org/10.18254/S207987840025023-4>, <https://elibrary.ru/olthha>
10. Kheizinga I. *Homo ludens. Chelovek igrayushchii* [Homo Ludens. Human Playing]. St. Petersburg, Ivan Limbach's Publishing House, 2011, 409 p. (In Russ.)
11. Caillois R. *Igry i lyudi* [Games and People]. In: Caillois R. *Igry i lyudi. Stat'i i esse po sotsiologii kul'tury* [Games and People. Manuscripts and Essays on the Sociology of Culture]. Moscow, United Humanitarian Publishing House, 2007, pp. 31-204. (In Russ.)
12. Tulyakova E.I. Children's magazine of 1850s as metatext. *Tekst. Kniga. Knigoizdanie = Text. Book. Publishing*, 2012, no. 1 (1), pp. 27-34. (In Russ.) <https://elibrary.ru/pjaxbl>
13. Marugina N.I. The discursive and thematic orientation of the children's magazine within the period of the 18th – 20th centuries. *Yazyk i kul'tura = Language and Culture*, 2011, no. 2 (14), pp. 29-35. (In Russ.) <https://elibrary.ru/nuztbb>
14. Feshchenko V.V. Kak vedet sebya avangard? Osobennosti pragmatiki v avangardnoi kommunikatsii [How does the avant-garde behave? Features of pragmatics in avant-garde communication]. In: Feshchenko V.V. *Laboratoriya logosa: Yazykovoi eksperiment v avangardnom tvorchestve* [Laboratory of Logos: Language Experiment in Avant-garde Creativity]. Moscow, Languages of Slavic Cultures Publ., 2009, pp. 111-120. (In Russ.) <https://elibrary.ru/suqihp>
15. Romashina E.Yu. "Fun and use for children": pictorial ABC's in the Russian educational book publishing of the 19th century. *Tekst. Kniga. Knigoizdanie = Text. Book. Publishing*, 2017, no. 14, pp. 76-99. (In Russ.) <https://doi.org/10.17223/23062061/14/5>, <https://elibrary.ru/zhjwbp>

#### Информация об авторе

Лашева Анна Сергеевна, аспирант, младший научный сотрудник, Институт русской литературы (Пушкинский Дом) Российской академии наук, г. Санкт-Петербург, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0002-2836-3773>, [lannas27@gmail.com](mailto:lannas27@gmail.com)

**Вклад в статью:** общая концепция исследования, анализ материалов, поиск и анализ научной литературы, написание и оформление статьи.

Поступила в редакцию 02.06.2023

Поступила после рецензирования 07.09.2023

Принята к публикации 12.10.2023

#### Information about the author

Anna S. Lashcheva, Post-Graduate Student, Junior Research Scholar, Institute of Russian Literature (Pushkinskij Dom), Russian Academy of Science, Saint-Petersburg, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0002-2836-3773>, [lannas27@gmail.com](mailto:lannas27@gmail.com)

**Contribution:** main study conception, material analysis, scientific literature search and analysis, manuscript text drafting and design.

Received June 2, 2023

Revised September 7, 2023

Accepted October 12, 2023

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ / ORIGINAL ARTICLE

УДК / UDC 821.161.1

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-814-821>


Шифр научной специальности 5.9.1

## «Родня по Отечеству»: А. Солженицын в восприятии В. Астафьева (на материале писем и публицистики)

Пётр Андреевич ГОНЧАРОВ 

ФГБОУ ВО «Мичуринский государственный аграрный университет»

393760, Российская Федерация, Тамбовская область, г. Мичуринск, ул. Интернациональная, 101

 [goncharovpa2015@yandex.ru](mailto:goncharovpa2015@yandex.ru)

**Аннотация.** Исследованы восприятие, оценка, истолкование масштаба личности, направленность творчества А. Солженицына в письмах и публицистике В. Астафьева. Актуальность исследования обусловлена вниманием современного литературоведения к историко-софской и социально-политической проблематике русской прозы, необходимостью исследования произведений русской литературы XX века в её наиболее ярких проявлениях и оценках. Цель данного исследования – определение близости эстетических позиций, ставшей основой для оценки и интерпретации личности и творчества А. Солженицына в эпистолярной и публицистике В. Астафьева. Проанализированы издания писем и публицистики В. Астафьева, реакция писателя на публикацию первой повести А. Солженицына. Рассмотрены основные аргументы письма В. Астафьева в защиту А. Солженицына, мотивы обращения в Союз писателей. Рассмотрена реакция В. Астафьева на возвращение «вермонтского отшельника» в Россию, приведена характеристика масштаба личности А. Солженицына, оценка его общественной позиции. В результате проведённого анализа установлено, что в письмах и в публицистике В. Астафьева создан яркий образ А. Солженицына – негибаемого борца, авторитетного мыслителя, одного из родоначальников деревенской прозы, патриота России. Сделаны выводы о том, что творческое поведение писателя В. Астафьева обусловлено спецификой его личности, особенностями семейного положения, общественно-политической жизнью России 1960–1990-х гг. Область применения результатов работы – исследование по новейшей литературе, преподавание литературы в высшей и общеобразовательной школе.

**Ключевые слова:** В. Астафьев, А. Солженицын, эпистолярный, публицистика, масштаб личности, направленность творчества

**Благодарности:** Исследование выполнено за счёт гранта Российского научного фонда № 23-18-00408, <https://rscf.ru/project/23-18-00408/>; Русская христианская гуманитарная академия им. Ф.М. Достоевского.

**Для цитирования:** Гончаров П.А. «Родня по Отечеству»: А. Солженицын в восприятии В. Астафьева (на материале писем и публицистики) // Нефилология. 2023. Т. 9. № 4. С. 814-821. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-814-821>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная





## “Native on Fatherland”: A. Solzhenitsyn in V. Astafiev’s view (on the material of letters and journalism)

Petr A. GONCHAROV 

Michurinsk State Agrarian University

101 Internatsionalnaya St., Michurinsk, 393760, Tambov Region, Russian Federation

[goncharovpa2015@yandex.ru](mailto:goncharovpa2015@yandex.ru)

**Abstract.** The article examines the view, assessment, interpretation of the personality scale, the direction of A. Solzhenitsyn’s work in the letters and journalism of V. Astafiev. The importance of the research is due to the attention of modern literary criticism to the historiosophical and socio-political issues of Russian prose, the necessity to research the creations of Russian literature of the 20th century in its brightest performances and assessments. The purpose of the research is an attempt to determine the similarity of aesthetic positions, which became the basis for assessing and interpreting the personality and work of A. Solzhenitsyn in the V. Astafiev’s epistolary and journalism. The publications of letters and journalism by V. Astafiev, the writer’s reaction to publication of the first story by A. Solzhenitsyn are analyzed. The main arguments of V. Astafiev’s letter in defense of A. Solzhenitsyn, the motives for applying to the Writers’ Union are considered. V. Astafiev’s reaction to the “Vermont hermit” return to Russia is considered, the scale of A. Solzhenitsyn’s personality is characterized, and his public position is assessed. As a result of the analysis, it is established that in the letters and journalism of V. Astafiev a vivid image of A. Solzhenitsyn is created as an unbending fighter, an authoritative thinker, one of the founders of village prose, a patriot of Russia. It is concluded that the creative behavior of the writer V. Astafiev is determined by the specifics of his personality, the characteristics of his marital status, and the socio-political life of Russia in the 1960s – 1990s. The scope of application of the work results is research on the modern literature, teaching literature in higher and secondary schools.

**Keywords:** V. Astafiev, A. Solzhenitsyn, epistolary, journalism, the personality scale, the direction of work

**Acknowledgements:** The research is supported by the Russian Science Foundation grant no. 23-18-00408, <https://rscf.ru/project/23-18-00408/>; “Russian Christian Academy for Humanities” named after F.M. Dostoevsky.

**For citation:** Goncharov, P.A. “Native on Fatherland”: A. Solzhenitsyn in V. Astafiev’s view (on the material of letters and journalism). *Neofilologiya = Neophilology*, 2023;9(4):814-821. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-814-821>



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



### ВВЕДЕНИЕ

Нобелевский лауреат, академик, автор литературных и публицистических произведений, сокрушающих либеральную идеологию и коммунистический тоталитаризм как феномен, на этой идеологии возросший, значительную часть жизни проведший в заключении и изгнании. И один из основоположников официально «разрешённой» «деревен-

ской» и «военной» прозы, отмеченный премиями и наградами коммунистической власти, предавший проклятию эту власть в последнем романе, практически всю жизнь проживший в русской провинции. Что может быть общего, созвучного (помимо очевидного антикоммунистического дискурса 90-х гг.) между этими разными по характеру дарования писателями?

## ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Обратимся к вопросу о том, как В. Астафьев воспринял, оценил, истолковал масштаб личности, направленность творчества своего выдающегося современника в своих письмах и публицистике. Заметим вначале, что эта задача, несмотря на её видимую простоту, сопряжена с некоторыми трудностями. Первая из них заключается в том, что полного, тем более научно прокомментированного и изданного собрания писем В. Астафьева не существует. В прижизненном пятнадцатитомном собрании сочинений В. Астафьева письма писателя и письма, обращённые к нему, размещены в 14–15 томах [1, т. 14, т. 15]. Но, как явствует из других изданий [2; 3], это лишь часть его эпистолярного наследия. Некоторые письма В. Астафьева содержат в себе упоминания о посланиях, которые пока, видимо, не опубликованы. Так, в письме от 30 октября 1989 г., отправленного В. Астафьевым из Питтсбурга в Красноярск, находим: «Сегодня написал письмо Александру Исаевичу – он живёт неподалёку отсюда» [3, с. 432].

В письме к В.Я. Курбатову, датированном декабрем 1998 г., В. Астафьев среди прочего пишет: «К 80-летию Солженицына попросили меня нацарапать несколько слов, попутно посылаю и их» [3, с. 644]. – О каком именно астафьевском тексте идёт речь, судить затруднительно.

Похожая ситуация и с публицистикой писателя. Некоторые важные для нашей темы астафьевские тексты, вошедшие в 12 том упомянутого собрания, по своему содержанию явно противоречат их датировке, что не способствует их адекватной интерпретации. В частности «беседа» с Е. Черных («Комсомольская правда») датируется 1993 г., хотя речь в «беседе» идёт о вещах, к данному времени давно решённых. Так, В. Астафьев заявляет как о ближайшем будущем: «Я считаю, что с выходом «Архипелага ГУЛАГа» и «Красного колеса», которое я, даст Бог, прочитаю, предстанет, наконец, перед советским читателем величайший писатель современности, подвижник духа» [1, т. 12, с. 574]. Но к 1993 г. «Архипелаг» в Советском Союзе

уже опубликован (1989–1990), как и значительная часть Узлов «Красного колеса» (1990–1993), а «советского читателя» уже нет...

Полагаем, однако, что изданного эпистолярного и публицистического наследия В. Астафьева вполне достаточно, чтобы составить достоверное представление о том, каким предстаёт масштаб творческой личности А. Солженицына в восприятии В. Астафьева.

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Первое упоминание В. Астафьева об А. Солженицыне относится к 1962 г. – году публикации повести «Один день Ивана Денисовича». Характерно, что это упоминание содержалось в письме к А.Н. Макарову – критику, а в скором будущем – большому и верному другу начинающего прозаика. В. Астафьев не просто «отчитывается» перед своим литературным наставником. Он связывает личность, А. Солженицына, его повесть с русской литературой в целом, с народом: «Сегодня прочёл Солженицына в «Новом мире». Потрясён. Радуюсь. За литературу нашу радуюсь, за народ наш талантливый и терпеливый!» [3, с. 49]. «Талантливый» – пас в адрес не только народа, но и в адрес автора вскоре ставшей знаменитой повести; «терпеливый» относится тоже и к народу, и к главному герою только что опубликованного солженицынского произведения.

В ноябре 1970 г., когда гонения на А. Солженицына приблизились к своей высшей фазе, В. Астафьев, в то время «член правления союза писателей РСФСР», обращается с письмом к руководителям писательской организации. В нём В. Астафьев вначале поясняет непосредственную причину своего обращения: «Вызвано оно тем, что вы самовластно, не поставив в известность даже нас, членов правления российской писательской организации, не говоря уж просто о членах писательского коллектива, – исключили из членов Союза писателей писателя Александра Исаевича Солженицына, которому и без того выпала доля мученика в жизни и литературе. А ведь даже в колхозах,

перед тем как изгнать кого-либо из членов артели, собирают общее собрание!» [3, с. 159]. – Здесь обращают на себя внимание, как минимум, три вещи. Первое – это тональность письма: она далека от тона и «позы просителя». В. Астафьев считает себя и своих литературных «побратимов» вправе «требовать, чтобы с нами разговаривали как с ровней, а не как с бедными родственниками» [3, с. 160]. Не менее важной представляется и оценка личности А. Солженицына: В. Астафьев видит в нём мученика «в жизни и литературе», напоминая таким образом о времени заключения и полных драматическими коллизиями попыток автора романов «Раковый корпус» и «В круге первом» опубликовать их на родине. Третьим столь же значимым, обращающим на себя внимание элементом цитированного эпизода, как и всего обращения в целом, является невольная астафьевская «самохарактеристика». Сопоставление писательской организации с колхозом напоминает о том, что обращение пишет «деревенщик», знакомый в том числе и с советскими колхозными административными процедурами. Что не менее характерно – «колхоз», столь часто отрицаемый писателями-деревенщиками, в этом обороте «выигрывает» в сравнении с руководством Союза писателей, «предпочтён» ему.

В этом же письме в числе прочего говорится: «Волевые, келейные решения многих наших дел уже привели к тому, что надзор за словом писательским у нас стал такой, какой и не снился писателям в «проклятом прошлом» [3, с. 160]. К числу таких решений В. Астафьев относит и исключение из членов Союза писателей А.И. Солженицына. Выражение «волевые решения» является отсылкой к недавно актуальным (но осуждённым Октябрьским пленумом ЦК КПСС 1964 г.) хрущёвским методам руководства искусством, отсылкой, призванной оспорить или поставить под сомнение – через политические аллюзии и мотивацию – принятое решение об исключении из числа членов Союза писателей А. Солженицына. Не уподобьтесь отставленному ныне Н.С. Хрущёву с его «волюнтаристскими» действиями! – к этому призывает В. Астафьев, правда, совершенно

упуская из вида тот факт, что именно «волевое решение» руководителя ЦК КПСС стало началом вхождения никому тогда не известного А. Солженицына в литературу.

В. Астафьев в этом письме акцентирует свою и А. Солженицына причастность к Великой Отечественной войне, пытаясь сделать из этого общего факта их биографии оправдание и для исключённого, и в какой-то мере для себя. «Как-то всё больше и больше ощущается попытка наших старших товарищей отмахнуться от нас либо заморочить голову. Но ведь мы уже не юнцы! У нас за плечами война и нелёгкая послевоенная жизнь» [3, с. 160]. Параллельно с аргументацией требуемого для А. Солженицына оправдания В. Астафьевым решается и другая не менее важная уже для него самого задача. Подчёркивая своё общее с А. Солженицыным фронтовое прошлое, В. Астафьев как бы говорит: «Я за Солженицына потому, что он, как и я, – фронтовик». В этом один из смыслов астафьевских аргументов. В. Астафьев понимает: симпатии фронтовика к фронтовику ему «простят» литературные и курирующие их партийные бонзы, но симпатии к антикоммунисту и антисоветчику – вряд ли. В. Астафьев таким способом «страхуется» от обвинений уже в свой адрес в симпатиях к врагу советской системы. В этом плане опасливая позиция В. Астафьева связана с рядом характерных и ощутимых для лишённого моральной и материальной поддержки столичной интеллигенции провинциального писателя обременений. В. Астафьев не чувствует себя, в отличие от университетски образованного, европейски известного, советскими диссидентами поддерживаемого писателя, защищённым общественным мнением – советским и мировым. В. Астафьев, недавно переехавший из Перми в Вологду, в отличие от связанного с Москвой, известного в Европе и номинированного на Нобелевскую премию писателя, ощущает (пусть это и ложное ощущение) свою «провинциальность».

Постоянным своим «обременением» искалеченный на фронте В. Астафьев, вероятно, ощущает не только двоих неустроенных детей, но и своего беспутного отца («папу»), многочисленных других своих (овсянских и

красноярских) родственников. Племянник М.С. Корякиной-Астафьевой Анатолий, а позднее и внуки В. Астафьева от рано ушедшей дочери Ирины воспитывались в доме писателя наравне с его собственными детьми. Годы спустя, в 1994 г. в беседе с Б. Никитиным («Российская газета») В. Астафьев на вопрос интервьюера о том, почему писатель «не захотел стать диссидентом», прозвучало следующее признание: «Я не мог стать диссидентом ни ради свободы, ни ради популярности, ни просто так, потому как не готов был стать таковым: семья – большая, следовательно, мера храбрости – малая. Да и внутренней готовности, раскованности <...> мне не хватало» [1, т. 12, с. 581].

Обращаясь в 1970-м г. с письмом в защиту А. Солженицына, В. Астафьев, видимо, хорошо помнит историю с публикацией своей повести «Кража»: написанная уже в начале 1960-х гг., получившая отказ в публикации в столичных изданиях, она была опубликована региональным журналом «Сибирские огни» лишь в 1966 г. Одна из очевидных причин этого – изображение судеб репрессированных, имеющее место в этой повести. То, что высочайше дозволено печатать в ведущем литературно-художественном журнале одному, не может быть разрешено другому, да и время «оттепели» уже миновало.

В. Астафьев эту перемену в общественном сознании к 1970 г. ощутил. Вероятно, поэтому среди написанного А. Солженицыным он выделяет не политически острый «Один день Ивана Денисовича», а достаточно уравновешенный «Матрёнин двор»: «Не довелось мне читать его новых романов – не люблю я читать и думать под одеялом – унижительно это для бывшего солдата и русского литератора, но и то, что я читал, напечатанное в журнале, особенно «Матрёнин двор», убедило меня в том, что Солженицын – дарование большое, редкостное, а его взашей вытолкали из членов Союза» [3, с. 161]. В. Астафьев отмечает среди написанного А. Солженицыным уже «напечатанное в журнале», опубликованное в подцензурном издании, оберегая себя от распространившейся к 1970-му гг. славы Солженицына-«диссидента», «антисоветчика». Наверняка,

В. Астафьев, если и действительно «не читал» ходившие в «самиздате» произведения А. Солженицына, то безусловно был наслышан о его «новых романах». В этом плане В. Астафьев с его реальными житейскими обременениями и застенчивой мнимой «провинциальностью» далёк от безрассудной смелости, он умеренно осторожен и осмотрителен в деталях, но смел и мужественен в самом желании защитить гонимого властью. «Союз писателей» воспринимается В. Астафьевым в качестве своеобразной «прокладки» между властью и членами Союза.

Упоминание в письме рассказа «Матрёнин двор» имеет у В. Астафьева те же истоки, мотивы и цели, что и напоминание о фронтовых страницах своей жизни и биографии А. Солженицына. В. Астафьев сообщает своим адресатам в руководстве Союза писателей, что ему «к душе» Солженицын-деревенщик, «новые романы», с их открытым антикоммунистическим пафосом, якобы для Астафьева-«деревенщика» не актуальны. Что касается рассказа «Матрёнин двор», то он во многом «отзовется» в рассказе-очерке В. Астафьева «Паруня». Трудовая нравственность, аскетизм, жизнь, полная страданий и лишений, семейная неустроенность, незлобивость и отзывчивость приближают эти женские образы к представлению и А. Солженицына, и В. Астафьева о праведничестве [4]. Но скрытые цитаты, реминисценции и аллюзии, связанные с влиянием литературного творчества А. Солженицына на художественную прозу В. Астафьева, есть тема, нуждающаяся в отдельном исследовании.

В конце письма составитель приводит пояснение В. Астафьева «через много лет»: «В союзе писателей отмолчались, сделали вид, что не получали. Может, и не получали <...> А может, и Господь меня снова спасал от бед <...>» [3, с. 161]. Как бы там ни было, сам факт обращения «члена правления Союза писателей» с целью защитить А. Солженицына, содержание этого письма свидетельствуют о том, что В. Астафьев воспринял события вокруг исключения как покушение на справедливость, оценил происходящее как незаконную акцию, истолковал личность «фронтового побратима» в качестве родст-

венной себе, увидел созвучную деревенской прозе направленность творчества своего горючего властью современника.

В письме, датированном 1984 г., к В.Я. Курбатову уже изгнанный и запрещённый в СССР писатель упоминается завуалированно – как уроженец Ставрополя, через вполне прозрачный троп – как «лауреат Нобелевской премии», но вполне узнаваемо. Важнее иное: «бригаду аж из пяти творческих умов» повёз на родину «вермонтского отшельника» сам В. Астафьев, и он же воспроизводит отношение к изгнаннику на его родине: «<...> его поминают либо в шутку, либо с грустной улыбкой, качая головой, со злом никто при мне не поминал» [3, с. 336].

Под влиянием А. Солженицына, всей общественно-политической конъюнктуры рубежа 1980–1990-х гг. В. Астафьев пишет в 1989 г. в прокуратуру Красноярского края о своём деде и отце, репрессированных в начале 1930-х: «<...> эти люди, виноватые лишь в одном, что родились и жили в очень «радостное» время построения новой, невиданной ещё нигде и никем «счастливой» жизни под сенью самой «родной и справедливой власти», давно реабилитированы временем и перед Богом, и перед историей ни в чём не виноваты, как и сто с лишним миллионов советских людей, погубленных во имя нынешнего и будущего неслыханного «счастья» [3, с. 430]. Авторитет А. Солженицына для В. Астафьева этого времени очевиден. Он явлен и в воспринятой от «Архипелага», других произведений «вермонтского отшельника», некоторой размашистости в определении числа жертв коммунистических репрессий.

В том же 1989 г. В. Астафьев в упомянутой выше беседе с литератором Е. Черных высказывается более обстоятельно об А. Солженицыне и его творчестве: «Я считаю, что в мире сейчас писатель номер один – Солженицын, а вершиной русской новеллистики является, на мой взгляд, «Матрёнин двор» <...> «Иван Денисович» стал для всех откровением. Это было открытием лагерной темы. Для меня открытия здесь не было. Человека, выросшего в Игарке, знающего, что такое Норильск, человека, у которого были репрес-

сированы отец, дедушка, выслано полсела, жестокостями не удивишь» [1, т. 12, с. 370].

Далее конкретизирует, сближая А. Солженицына с течением деревенской прозы: «Матрёнин двор» стал откровением. Нет, до этого работали Овечкин, Дорош, Абрамов, Солоухин, Тендряков... <...> Но отправная точка – «Матрёнин двор» [1, т. 12, с. 570]. Характерно, что в этом фрагменте рядом, в одном ряду перечислены далеко не последние представители деревенской прозы. В. Астафьев видит в А. Солженицыне не только одного из этой когорты, но первенствующего в ней на давно миновавшем этапе развития литературы.

Далее В. Астафьев пытается не только дать свою оценку творчеству и личности А. Солженицына, но оградить его от ложных друзей: «<...> сейчас уже начинают трепать имя Солженицына, делать его модным. Скоро и вовсе начнётся вакханалия. <...>. Все будут утверждать, что они его друзья верные, защитники.

Я никакой не друг великого писателя и тем более не защитник. Я просто читатель, российский человек, родня ему по Отечеству. И только. Быть может, некоторое моральное право мне даёт о нём поговорить то, что я не подписал ни одной строки, ни одного письма против него» [1, т. 12, с. 572-573].

После «неспешного чтения» солженицынского «Архипелага», состоявшегося благодаря «представителю Кёльнского телевидения в Москве» уже в «перестроечном» 1989 г., В. Астафьев делает пространное и неожиданное заявление о содержании и об авторе «опыта художественно исследования». Что же Астафьев ценит больше всего в «Архипелаге»? Не обличение коммунизма, не критику Ленина и Сталина, а нечто совсем иное: «Ведь «Архипелаг» чем велик? Он весь, почти на тысяче страниц, пронизан самоиронией, которая всегда была свойственна великой русской литературе, и прежде всего гению русской литературы – Гоголю. Александр Исаевич себя просто не щадит» [1, т. 12, с. 574]. Как понимает самоиронию В. Астафьев? Ответ на этот вопрос предельно значим и для адекватного истолкования не только «Архипелага» и личности А. Сол-



женицына, но и для ответа на вопрос о направленности позднего творчества самого В. Астафьева.

Об А. Солженицыне, его исследовании трагических страниц русской истории, его «самоиронии» В. Астафьев утверждает следующее: «Оставаясь в любви к своей Родине, земле, людям, он в то же время поднимается до трагических, страшных моментов истории нашей <...> Он обличает строй, в котором, извините, не всегда были вожди со стороны. Были и из рабочих, были и выходцы из деревни. До каких же вершин скотства, изуверства и похабщины они порой доходили!» [1, т. 12, с. 574]. Помимо комментария к эпизодам «Архипелага» в этом утверждении В. Астафьева заключён ответ на обвинения в «русофобии» со стороны некоторых современных критиков позиции писателя-традиционалиста в перестроечные и постперестроечные времена [5; 6]. Обличение «строя», некоторых русских «вождей», погрязших «в скотстве», для В. Астафьева есть и самообличение, и «самоирония» в свой собственный адрес. Как русский писатель он берёт на себя ответственность и за этих рождённых в России «вождей» и их помощников.

Как известно, А. Солженицын вернулся в Россию летом 1994 г. Его первой встречей с Россией писательской стало посещение астафьевской Овсянки. В письме к Н. Гашеву, датированном 26 июля 1994 г., В. Астафьев, вероятно не без гордости за себя, пишет: «Опоздал ты со своим письмом. Солженицын сразу по прибытии в Красноярск приехал ко мне в Овсянку, мы проговорили с ним часа три без свидетелей [3, с. 537].

Впечатление от беседы и от личности А. Солженицына содержится уже в последо-

вавшем за цитированным выше письмом послании к В.Я. Курбатову от 3 августа того же года: «Вот это была беседа полноправная, с полуслова понимали друг друга, разночтений не было – великий муж Александр Исаевич, великий! С ним общаться нелегко, ответственно, но интересно и, надеюсь, взаимообогащающе» [3, с. 538]. Для сокрытия истинного отношения В. Астафьева к личности и творчеству А. Солженицына в 1994 г., в отличие от трёх предшествующих десятилетий, ни оснований, ни показаний не было. Что же касается взаимообогащающего общения двух писателей в сфере художественного творчества, вопроса о восприятии А. Солженицыным личности и творчества В. Астафьева, то эти вопросы тоже требуют особого исследования.

## ВЫВОДЫ

В целом же есть основания утверждать, что в письмах (они не исчерпываются приведёнными и цитированными выше), в публицистике В. Астафьева создан яркий образ негибаемого борца, авторитетного мыслителя, одного из родоначальников деревенской прозы, патриота России, чьи заслуги перед русской литературой трудно переоценить. Одним из завершающих штрихов этого литературного портрета может стать фрагмент астафьевского письма к неустановленному адресату, датированного 1995 г.: «Солженицын прежде всего состраданием, сочувствием своему народу и Родине своей помогает нам взнать лицо к небу, укрепиться на земле, он, он истинный праведник, взывающий к Богу и добру...» [3, с. 572].

## Список источников

1. *Астафьев В.П.* Собрание сочинений: в 15 т. Красноярск: Офсет, 1998. Т. 12. 608 с.; Т. 14. 1961–1989 гг. 480 с.; Т. 15. 1990–1997 гг. 512 с.
2. *Астафьев В.П.* Крест бесконечный: письма из глубины России. Иркутск: Изд. Сапронов, 2002. 528 с.
3. *Астафьев В.П.* Нет мне ответа... Эпистолярный дневник, 1952–2001. Иркутск: Изд. Сапронов, 2009. 720 с.
4. *Гончаров П.А., Гончаров П.П.* «Настоящий женский характер»: мотив праведничества в очерке В. Астафьева «Паруна» // Вестник Бурятского государственного университета. 2017. № 3. С. 161–168. <https://doi.org/10.18101/1994-0866-2017-3-161-168>, <https://elibrary.ru/yleash>

5. Байбородин А. Поле брани Виктора Астафьева. К 20-летию кончины русского писателя (01.05.1924 – 29.11.2001) // Русская народная линия. 2021. 3 дек. URL: [https://ruskline.ru/analitika/2017/11/29/pole\\_brani\\_viktora\\_astafeva/](https://ruskline.ru/analitika/2017/11/29/pole_brani_viktora_astafeva/) (дата обращения: 09.05.2023).
6. Павлов Ю. Виктор Астафьев, «потаённый» и явленный. Знаки судьбы «позднего» писателя // День литературы. 2021. 19 янв. URL: <https://denliteraturi.ru/article/5476> (дата обращения: 16.05.2023).

## References

1. Astaf'ev V.P. *Sobranie sochinenii*: v 15 t. [Collected Essays: in 15 vols.]. Krasnoyarsk, Ofset Publ., 1998. Vol. 12, 608 p.; vol. 14, 1961–1989, 480 p.; vol. 15, 1990–1997, 512 p. (In Russ.)
2. Astaf'ev V.P. *Krest beskonechnyi: pis'ma iz glubiny Rossii* [The Cross Infinite: Letters from the Depths of Russia]. Irkutsk, Saponov Publ., 2002, 528 p. (In Russ.)
3. Astaf'ev V.P. *Net mne otveta... Epistolyarnyi dnevnik, 1952–2001* [No Answer for me... Epistolary Diary, 1952–2001]. Irkutsk, Saponov Publ., 2009, 720 p. (In Russ.)
4. Goncharov P.A., Goncharov P.P. "A true female character": the motive of righteousness in the essay "Parunya" by Viktor Astafiev. *Vestnik Buryatskogo gosudarstvennogo universiteta = Buryat State University Bulletin*, 2017, no. 3, pp. 161-168. (In Russ.) <https://doi.org/10.18101/1994-0866-2017-3-161-168>, <https://elibrary.ru/yleash>
5. Baiborodin A. Pole brani Viktora Astaf'eva. K 20-letiyu konchiny russkogo pisatelya (01.05.1924 – 29.11.2001) [Victor Astafyev's field of fighting. To the 20th anniversary of the death of the Russian writer (01.05.1924 – 29.11.2001)]. *Russkaya narodnaya liniya* [Russian People's Line], 2021, December 3. (In Russ.) Available at: [https://ruskline.ru/analitika/2017/11/29/pole\\_brani\\_viktora\\_astafeva/](https://ruskline.ru/analitika/2017/11/29/pole_brani_viktora_astafeva/) (accessed 09.05.2023).
6. Pavlov Yu. Viktor Astaf'ev, «potaennyi» i yavlenyi. Znaki sud'by «pozdnego» pisatelya [Victor Astafyev, "hidden" and revealed. Signs of the fate of the "late" writer]. *Den' literatury* [Literature Day]. 2021, January 19. (In Russ.) Available at: <https://denliteraturi.ru/article/5476> (accessed 16.05.2023).

## Информация об авторе

**Гончаров Пётр Андреевич**, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры социально-гуманитарных дисциплин, Мичуринский государственный аграрный университет, г. Мичуринск, Тамбовская обл., Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0001-5063-9564>, [goncharovpa2015@yandex.ru](mailto:goncharovpa2015@yandex.ru)

**Вклад в статью:** идея, общая концепция статьи, набор первичного материала, поиск и анализ научной литературы, анализ литературных текстов, обработка и редактирование материала, написание текста статьи.

Поступила в редакцию 17.06.2023

Поступила после рецензирования 20.09.2023

Принята к публикации 12.10.2023

## Information about the author

**Petr A. Goncharov**, Dr. habil. (Philology), Professor, Professor of Social and Humanitarian Disciplines Department, Michurinsk State Agrarian University, Michurinsk, Tambov Region, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0001-5063-9564>, [goncharovpa2015@yandex.ru](mailto:goncharovpa2015@yandex.ru)

**Contribution:** idea, main study conception, source material acquisition, scientific literature search and analysis, literary texts analysis, material processing and editing, manuscript text drafting.

Received June 17, 2023

Revised September 20, 2023

Accepted October 12, 2023

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ / ORIGINAL ARTICLE

УДК / UDC 82.09

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-822-834>


Шифр научной специальности 5.9.1

## Ю.С. Семёнов: от «Семнадцати мгновений весны» к «Третьей карте». «Шифровка» исторических фактов

Людмила Евгеньевна ХВОРОВА 

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина»

392000, Российская Федерация, г. Тамбов, ул. Интернациональная, 33

 [xworowa.mila@yandex.ru](mailto:xworowa.mila@yandex.ru)

**Аннотация.** В исследовании на материале авторского (исходного) текста указанного романа (1973) осуществлена «проверка» ключевых положений, ставших основой его сложного полифонического конфликта. Для достижения данной цели применён, главным образом, рецептивный метод, широко распространённый в современной литературоведческой исследовательской практике. Акцентируется понятие «художественный историзм», как его сходство, так и отличие от реалий истории, деталей исторического процесса. Продолжено осмысление оригинального художественно-документального почерка Ю. Семёнова – специфика историзма как «шифровки» исторических фактов, начатое в первой части исследования. Аналитически проверена гипотеза автора статьи о «выходе» конфликта, заложенного в рамках художественной парадигмы текста романа на геополитический, психологический уровни – в реальные перипетии мировой истории середины XX – XXI веков. В этой связи акцентируются и исследованы ключевые высказывания документально-художественных персонажей (А. Даллеса, У. Черчилля и В. Шелленберга), сознательно удалённых режиссёром из киноверсии (интертекста) романа. Прослежено зарождение реального глобального геополитического конфликта между Западом и Россией эпохи «мира в войне» (термин автора статьи), формирующегося весной 1945 г., в дни приближающегося разгрома нацистской Германии, но берущего своё начало в июне 1941 г. (роман Ю. Семёнова «Третья карта»). В заключении сформулированы основы данного научного исследования с проверкой исторических, геополитических фактов, изложенных в докладе современного российского государственного деятеля, директора ФСБ России, секретаря Совета безопасности Российской Федерации Н.П. Патрушева («Россию хотят превратить в Москву»: интервью от 10 января 2023 г.).

**Ключевые слова:** рецептивный метод исследования, художественный историзм, исторические реалии, шифровка исторических фактов, «мир в войне», геополитические реалии, специфика художественного вымысла, художественная документалистика, своеобразие жанра

**Для цитирования:** Хворова Л.Е. Ю.С. Семёнов: от «Семнадцати мгновений весны» к «Третьей карте». «Шифровка» исторических фактов // Неофилология. 2023. Т. 9. № 4. С. 822-834. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-822-834>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



## Yu.S. Semenov: from “Seventeen Moments of Spring” to “The Third Map”. “Encryption” of historical facts

Liudmila E. KHVOROVA 

Derzhavin Tambov State University

33 Internationalnaya St., Tambov, 392000, Russian Federation

✉ [xworowa.mila@yandex.ru](mailto:xworowa.mila@yandex.ru)

**Abstract.** In a study based on the material of the author’s (source) text of the said novel (1973), a “verification” of the key provisions that became the basis of its complex polyphonic conflict was carried out. To achieve this goal, we mainly used the receptive method, which is widespread in modern literary research practice. The concept of “artistic historicism” is emphasized, both its similarities and differences from the realities of history, the details of the historical process. The understanding of the original artistic and documentary style of Yu. Semenov is continued – the specifics of historicism as the “ciphering” of historical facts, which began in the first part of the study. The author’s hypothesis about the “exit” of the conflict embedded within the artistic paradigm of the novel’s text on the geopolitical and psychological levels – into the real vicissitudes of world history in the middle of 20th – 21st centuries was analytically tested. In this regard, the key statements of documentary-fiction characters (A. Dulles, W. Churchill and W. Schellenberg), deliberately removed by the director from the film version (intertext) of the novel, are emphasized and studied. The emergence of a real global geopolitical conflict between the West and Russia of the era of “peace at war” (the author’s term of the article), formed in the spring of 1945, in the days of the approaching defeat of Nazi Germany, but originating in June 1941, is traced (Yu. Semenov’s novel “Third card”). In conclusion, the foundations of this scientific research are formulated with verification of historical, geopolitical facts set out in the report of a modern Russian statesman, Director of the FSB of Russia, Secretary of the Security Council of the Russian Federation N.P. Patrushev (“They want to turn Russia into Muscovy”: document dated January 10, 2023).

**Keywords:** receptive method of research, artistic historicism, historical realities, encryption of historical facts, “peace at war”, geopolitical realities, specificity of artistic fiction, artistic documentary, originality of the genre

**For citation:** Khvorova, L.E. Yu.S. Semenov: from “Seventeen Moments of Spring” to “The Third Map”. “Encryption” of historical facts. *Neofilologiya = Neophilology*, 2023;9(4):822-834. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-822-834>



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



К 50-летию со дня выхода на экраны  
киноверсии (интертекста) романа

### ВВЕДЕНИЕ

Обоснуем, что нами понимается под «художественным историзмом». Это «художественное освоение конкретно-исторического содержания той или иной эпохи... способность схватить ведущие тенденции общественного развития, проявляющиеся в

общенародных событиях и индивидуальных судьбах» [1, с. 321]. Задача художника состоит не в том, чтобы со скрупулёзной точностью запечатлеть те или иные исторические факты, поскольку это не строгий документ (см., к примеру, «Севастопольские рассказы» или «Войну и мир» Л.Н. Толстого). Основополагающая цель писателя, прежде всего, в том, «чтобы запечатлеть тончайшие отражения общего хода истории в поведении и в сознании людей» [1, с. 321]. В художест-

венном произведении воплощается, как известно, «главным образом, «конкретно-историческое содержание в целостном образе человека» [1, с. 322]. Поэтому наивно и даже неприлично выискивать в произведениях того же Ю. Семёнова несовпадение тех или иных как исторических, политических, так и бытовых деталей с современными реалиями тех лет, как это делают некоторые многие, в том числе известные и заслуженные историки.

Степень величия, значительности, гениальности того или иного художественного творения проверяется, конечно, прежде всего временем. Время – один из критериев оценки качества того или иного произведения.

Отрадно отметить, что в последнее десятилетие публикуются очень интересные и важные для исследователей материалы, посвящённые творчеству Ю.С. Семёнова (1931–1993). В 2021 г. вышло Юбилейное издание, посвящённое 90-летию со дня рождения писателя [2]. Широко публикуются неизвестные ранее документальные источники [3; 4].

Минувшее XX столетие, особенно вторая его половина – это, прежде всего, время открытий, скажем так, «визуальных коммуникаций»: кино, телевидения, фотоискусства и т. д. В этой связи выходят изыскания, представляющие несомненный научный интерес [5; 6].

Надо признать, что экранизация романа существенным образом отличается от основного текста Ю. Семёнова, и об этом подробно описано в [7].

## ПОСТАНОВКА ЗАДАЧ

Одна из существенных особенностей рассматриваемого романа – сочетание документалистики и художественности. Это традиционная черта русской классической литературы. Как известно, это проявлялось по-разному. К примеру, у Ф.М. Достоевского солидным, фундаментальным приложением к художественным шедеврам был не менее значительный так называемый «Дневник писателя», который он вёл на протяжении долгих лет своей жизни. Было такое свойственно и писателям XX века. Синтез, даже, скорее, сплав документалистики и художественности –

основополагающая черта писательского художественного почерка Ю. Семёнова. Его историзм – это, как мы выяснили в первой части, – «шифровка» исторических реалий в художественной канве – как в содержании, так и в форме. Достигается это по-разному: через средства художественной выразительности, перипетии конфликтных ситуаций (конфликт зачастую не вполне заметен, не является очевидным скрепляющим стержнем произведения).

Что касается рецептивного метода исследования, применяемого нами, то он заключается в проверке исторических деталей так называемым «приращением информации» и современными реалиями второй половины XX – первой четверти XXI века.

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

**Мгновение 1. «Ошибка» Штирлица.** Зададим ключевой вопрос. Почему США и Великобритания, навязав в первой четверти XXI века, спустя почти 80 лет после Второй мировой войны, конфликт Украины против России, вернулись к «доброму нацистскому прошлому», против которого, вроде бы, как бы воевали и как бы победили вместе с Советским Союзом нацистскую Германию, вроде бы совместно искоренили этот самый нацизм?

Глубокий, скрупулёзный, однако не всегда лежащий на поверхности ответ на этот вопрос даёт Ю. Семёнов в романе «Семнадцать мгновений весны» (1973). Для анализа здесь используется версия романа, созданная синхронно со сценарием<sup>1</sup>.

Один из элементов сложной цепи конфликтов, на которых строится сюжет романа, скрыт в так называемой «ошибке» Штирлица.

Получив задание Центра выяснить, кто из высших руководителей Рейха пытается выйти на сепаратный мир с Западом в обход Советского Союза, Штирлиц приступает к

<sup>1</sup> Цитирования романов «Семнадцать мгновений весны» и «Третья карта» Ю.С. Семёнова приводятся по архивному источнику: Культурный фонд Юлиана Семёнова. URL: <http://xn----7sbhlaoumgel5a7n.xn--p1acf/semenov/fond/>. Раздел: «Штирлиц без опечаток». Семнадцать мгновений весны: 2 ред., 1973; Третья карта, 1975.



анализу собранной им за многие годы информации. Несмотря на глубокий профессиональный опыт, интеллектуальный талант, превосходное знание окружающей обстановки, ключевых событий современного исторического момента, Штирлиц, тем не менее, совершает роковую ошибку, делая после тщательного анализа ставку в своей тайной игре именно на Гиммлера, которого он выбрал из всех предполагаемых фигур. Мотивы такого выбора вытекали из логики, которая аргументировалась историческими реалиями: зло, порождённое нацизмом, настолько масштабно, глобально, что союзники никогда не смогут сесть за стол переговоров с палачом, с тем субъектом, который «олицетворяет весь ужас национал-социализма». По сюжету известно, что эта ошибка едва не стоила ему жизни. «Спасла», однако, чистая случайность: появление в приёмной Гиммлера Шелленберга, его непосредственного шефа, от которого он узнал о некой затеваемой дьявольской игре с фигурой пастора Шлага.

Упомянув имя генерала Вольфа, Шелленберг «включил радио», что свидетельствовало о сверхсекретности замысла предстоящей операции. Начиная догадываться об истинных намерениях своих шефов, Штирлиц пребывал в состоянии ужаса, до конца так и не осмыслив, что совершается нечто невероятное, абсолютно противное человеческой логике: союзники его страны, Советского Союза, садятся за стол переговоров с врагом. «Неужели запад хочет сесть за стол переговоров с Гиммлером? В общем-то, за Гиммлером – сила, это они понимают. *Это немыслимо, если они сядут за один стол! Ладно...*» (здесь и далее выделено нами. – Л. Х.) [8]. Автор при этом не раз напоминал, в чём состояла святая правда, «правильность» роковой ошибки его героя: «Для Штирлица было едино горе Минска, Бабьего Яра или Ковентри: те, кто сражался против гитлеризма, были для него братьями по оружию. Дважды – на свой страх и риск – он спасал английских разведчиков в Голландии и Бельгии <...>. Он спасал своих товарищей по борьбе, он просто-напросто выполнял свой солдатский долг.

Он испытывал гордость за ребят Эйзенхауэра и Монтгомери, когда они пересекали

Ла-Манш и спасли Париж; он был счастлив, когда Сталин пришёл на помощь союзникам во время гитлеровского наступления в Арденнах. Он *верил, что* теперь этот наш громадный и крохотный мир, уставший от войн, предательств, смертей и вражды, наконец, обретёт долгий и спокойный мир, и дети забудут картонное шуршание светомаскировок, а взрослые – маленькие гробики» [8].

В то же время, понимая логику своих так называемых «коллег» – Гиммлера, Шелленберга, других, он называл её вполне разумной: патологический страх за свою шкуру. Если вспомнить «Информацию к размышлению», к примеру, о Гиммлере, так он боялся вообще решительно всего.

Что касается Аллена Даллеса, то это была для Штирлица фигура непонятная и неизвестная: он «не мог понять, сколько ни старался быть объективным, позицию Даллеса, который самым фактом переговоров заносил руку на единство союзников» [8]. Из всех сил своего воображения он старался вникнуть в логику Даллеса. Ему, безусловно, не хватало объективной информации, что было вполне объяснимо в его положении: многократная закрытость и отдалённость от источников. Находясь в течение долгого времени в воюющей и постепенно терпящей неминуемое поражение Германии, он не имел представлений о формирующихся американских стратегических целях и замыслах. Кстати, о них далеко не все могли знать в то время, даже среди высшего руководства СССР.

Однако в данном случае Ю. Семёнов утрирует сложность конфликта своего романа тем обстоятельством, что вполне в своём стиле *вроде бы* выводит его за рамки художественного хронотопа. Он строит свой роман (который по жанровым особенностям можно квалифицировать как историко-философский, социально-политический, отчасти – историко-психологический) со способностью проникать в те нюансы, которые лежали вне плоскости официальных источников информации и за пределами логики исторического момента. Контуры официальных документальных событий выпукло представлены как раз в экранной версии, которая, можно сказать, начинается с демонст-

рации хроники Ялтинской конференции февраля 1945 г., открывающей документальную канву. В художественный фильм также не вошло несколько блоков «Информаций к размышлению», которые, тем не менее, были крайне важны для текста романа. Но именно эти главы – центральный смысловой узел романа, его как бы документальный сгусток, посвящены Даллесу, Шелленбергу, Черчиллю. Они оказались ненужными для экранной версии с существенно упрощённым и обеднённым конфликтом (об этом уже писалось и подробно разбиралось [7]).

Между тем в этих отсутствующих в киносценарии главах содержится едва ли не основополагающая мысль, имеющая стратегически важное историко-политическое, работающее на далекую перспективу значение, определяющее конфликт развития геополитических отношений между странами во второй половине XX века, в философско-психологической смычке «мир в войне».

Следует особо отметить, что автор своеобразно обозначил в тексте романа данный конфликт: он его «спрятал». Спрятал от Штирлица, его единомышленника пастора Шлага – антифашиста и антинациста, наконец, в какой-то степени и от читателя, который в основном и в целом следит в романе, прежде всего, за иными событиями. Неочевиден, неоткрыт он был и в реалиях исторического процесса конца войны. Однако каждая пропущенная в киноверсии глава, посвящённая Даллесу, Шелленбергу или Черчиллю, играя чрезвычайно важную роль как в сюжете и композиции романа, многое объясняет и в реальной истории. И очень показательно, что в каких-то смыслах реальный сюжет периода 1941–1945 гг. пересекается, совмещается с моментами его художественного воплощения и проходит длительную своеобразную проверку цепочкой реальных событий XX столетия – первой четверти XXI века в целом. Это подтверждает правоту и прозорливость Ю. Семёнова – автора романа.

Блоки «Информаций к размышлению» поданы автором по-разному.

Психологические портреты Геринга, Геббельса, Гимmlера Ю. Семёнов прописывает как собственные размышления Штир-

лица – главного героя, в основном и целом как цепь воспоминаний о том, что *когда-то происходило*, как итог собранной им в течение долгого времени информации. Это, безусловно, свидетельствует о том, что другие персонажи не включены в круг его размышлений по причине, проанализированной выше. Важно здесь также и то, что Ю. Семёнов убеждён, что все трое – это уже постепенно уходящее в небытие историческое прошлое.

Глава о Бормане представлена, так сказать, в «неопределённо-личной» манере: «Об этом человеке *никто ничего не знал* <...> *Говорили*, что в 1924 г. он просидел четырнадцать месяцев в тюрьме за политическое убийство <...> [8]. Она завершает блок «Информаций»: фигура-то загадочная.

Стоит обратить внимание и на композиционную схему подачи «Информаций к размышлению» в общей архитектонике «Мгновений...». Главы о Геринге, Геббельсе и Гимmlере представлены в самом начале. Постепенно исчезающие с исторической сцены, они всё равно стараются «зацепиться» за настоящее и за будущее: «Всё, – сказал он себе, – всё. Если я не начну борьбу за себя сейчас, не медля, я погиб» (Гимmlер) [8].

Далее представлен информационный блок «Даллес – Шелленберг – Черчилль». В галерею так называемых «союзников» вкраплена фигура «американского поклонника», нациста Вальтера Шелленберга. Логическим, композиционно-информационным центром в этой системе координат является глава о Даллесе. Это «новый» персонаж, являющийся как в романе, так и в грядущей истории провозвестником некоего «нового дела». В чём заключалось это самое «новое дело»?

В тексте романа представлены вполне ясные аргументации как через содержательные, так и формальные компоненты.

Ключевая часть, продолжение, дополнение к основному содержанию этой главы очень мудро построена автором как диалог Даллеса – начальника управления стратегических служб США в Европе, с кюре Норелли – представителем Ватикана в Швейцарии. Почему автору необходим именно такой собеседник Даллеса? А, несомненно, потому, что конфликт России и Запада, по представ-

ленным суждениям того же Даллеса, обнаруживает многоуровневый характер и, прежде всего, глубокие *духовные* корни. Россия все долгие столетия своего исторического развития противостоит Западу во многом, в том числе и в ракурсе православной системы координат. Об этом размышляли многие представители русской классической литературы, в частности, Н.М. Карамзин, А.С. Пушкин, Ф.И. Тютчев, Ф.М. Достоевский, философы Серебряного века... И Ватикан в подоплеке многовекового соперничества с православием никуда не отступал, несмотря на приход к власти большевиков в 1917 г. Мудрые и прозорливые личности вроде Даллеса были абсолютно убеждены, что исконную православную веру в русском народе искоренить невероятно сложно, и это не результат мгновенных революционных взломов, какой произошёл в 1917 г. Не ликвидировал это и многолетний гражданский конфликт. Да и события, происходящие в СССР в 1930-е гг., не могли остаться ими незамеченными: некоторый, но весьма значимый и существенный языковой дрейф от интернациональной лексики, бытовавшей в первом десятилетии после революции, к традиционным лексическим единицам, укоренённым М.В. Ломоносовым, Г.Р. Державиным, А.С. Пушкиным, другими писателями; отказ от авантюрных планов по воплощению «мировой революции» первых послереволюционных лет; амбициозный провозглашённый курс на «построение социализма в одной отдельно взятой стране», а по сути, отстаивание суверенитета страны и её целостности; празднование 120-летия победы 1812 г. в значимом статусе войны *Отечественной*; историческая речь митрополита Сергия (Страгородского) 22 июня 1941 г. в 10 утра (до речи В.М. Молотова); возвращение к исконным православным обрядам и святыням в годы Великой Отечественной войны, орденов и наград с именами русских святых и великих полководцев и т. д. Другими словами, «окатоличивание» Руси – давняя и имманентная мечта представителей папства... но – в перспективе. Папа же, как известно, был провозглашён когда-то наместником Бога на земле. В 1930-е гг. католическая церковь, как общеиз-

вестно, отметилась тем, что способствовала приходу в Германии к власти именно Гитлера.

Данный диалог прописан писателем с поразительной исторической прозорливостью, которую абсолютно точно доказывают современные реалии первой четверти XXI века. Даллес убеждён (в отличие, кстати, от Штирлица): первый как бы «заочно» возражает второму), что мир проклянёт Гитлера вовсе не за звериную жестокость, «негибкую политику антисоветизма», не за расовые теории, что, является, кстати, очень важным уточнением представителя абсолютно иной по сравнению, как с СССР, так и с Россией, цивилизации, а прежде всего, за то, что эта страна, вместо того, чтобы погибнуть и исчезнуть, сделала невероятный рывок вперёд за годы войны. Были освоены огромные мощности на Урале и в Сибири. По мнению Даллеса, полученные репарации дадут Сталину возможность восстановить разрушенную промышленность западных районов, и Россия, таким образом, станет мощнейшим государством, в том числе и «по наступательной силе» [8].

Обращается внимание вот на это последнее: «наступательная сила очень ярко «разоблачает», что именно важно и тревожно для западников, если речь идёт о России. И вот далее Даллес чётко и опять-таки прозорливо проговаривает, что же именно необходимо делать, чтобы абсолютно погубить Россию, сделать так, чтоб эта страна не просто была расчленена на многочисленные мелкие государства, но и, в конечном итоге, исчезла бы вовсе. Прозорливость рассуждений Аллена Даллеса по полной программе «разоблачают» современные трагические события первой четверти XXI века, связанные в том числе с Украиной, которая выполняет роль «пешки».

По мнению будущего главы ЦРУ, основополагающая задача состоит в том, что необходимая ставка «на развитие национализма в России... если наша пропаганда точно и аргументированно докажет национальностям России, что каждая из них может существовать, *разговаривая на своём языке*, – это будет наша победа, и противопоставить этой победе русские не смогут ничего» [8].

Как мы видим, в пределах Украины удалось в огромной степени достичь поставленных целей. При этом отправление в будущую Россию диверсантов для взрывов тех или иных промышленных предприятий он считал «смешной затеей». То есть, по его мнению, с Россией нужно работать долго, и главное – чтобы это выглядело не вполне заметно и очевидно.

Даллес посетовал на то, что из-за незнания русского языка не может читать русскую литературу XIX века в подлиннике, поскольку она, по его мнению, «пожалуй, самая поразительная», а следовательно, ему не дано в полной мере познать русский характер. Здесь следует признать, что данное его высказывание о литературе XIX века – констатация вывода американских учёных, которые в своё время признали величие и оценили феномен русской классики этого периода.

Таким образом, в рассматриваемом диалоге Даллеса с Норелли под пером Ю. Семёнова были изложены ключевые положения, намечающие следующий этап длительно, после окончания грядущей войны, борьбы с самым ненавистным и ключевым противником – с Россией.

В переговорах Вольфа и Даллеса в романе обращается внимание на то, что американская сторона и германская в лице Вольфа (от имени Гимmlера) повели себя поразному. Американцы сразу же взяли инициативу в свои руки и задали обескураживающий и унижительный вопрос Вольфу, отдаёт ли он себе отчёт в том, что война Германией проиграна, и тем самым изначально, без всяких сантиментов поверженной Германии отводилась подчинительная англо-американцам роль в грядущей мировой истории. В свою очередь, Германия, разумеется, рассчитывала принять участие на равных. Об этом свидетельствуют, например, высказывания Вольфа в письме к Гимmlеру. Обращает на себя внимание также и то обстоятельство, что, разговаривая между собой, представители той и другой стороны о России демонстративно вообще не упоминали ни слова, словно её и не было вовсе. Другими словами, так называемые «союзники» повели себя в крайней степени цинично, «предатель-

ски». Они фактически старались себе присвоить победу «по-своему», а проще говоря, украсть её. Если учесть документальные кадры Ялтинской конференции, используемые Т. Лиозновой в киноверсии, то факт секретных переговоров изначально выглядит, как циничная демонстрация будущей политики западных держав так называемых «двойных стандартов». Они и не думали прекращать бороться против будущей России, используя бесценный германский военный опыт, психологически пользуясь униженностью проигравшей Германии. Они прекрасно знали, что эта воинственная страна всегда крайне болезненно, трагически и подавленно переживает факт военных проигрышей.

Приняв на своей территории многочисленных эмигрантов – бывших нацистов, американцы ставили цель вырастить целые грядущие поколения мстителей и, в принципе, во многом её достигли: в настоящее время известен ряд примеров, когда у власти оказываются те, у кого предки имели такое злостное прошлое. Но это не самое страшное. Гораздо хуже то, что эти потомки вполне сознательно продолжают дело своих предков, а ключевое то, что не считают это чем-то зазорным и предосудительным.

В этой связи необходимо упомянуть В. Шелленберга – американиста. Это также очень важный персонаж в данном раскладе. Важно его образование. Он закончил иезуитский колледж, получил звание бакалавра искусств. Напомним, что именно он – поклонник Америки, нацист. То есть автор в данном случае обозначил как бы «схему» перспектив исторического процесса, выходящего за художественные рамки, в открытое пространство грядущей мировой истории, предвосхитив тем самым основополагающее американское влияние на будущую Германию и на сплав американизма с атрибутами нацистской идеологической подоплёки.

Обращается внимание на то, что в тексте романа, по крайней мере, поначалу не акцентируется, что подозрения на Штирлица направлены на него, как на резидента русского. Прозондировать возможный путь нацистов, в том числе Штирлица, «за границу, к нейтралам», под американское крыло – вот какое



задание первоначально даёт Кальтенбруннер Мюллеру в отношении своего подчинённого. И Мюллер «подсаживает» Холтоффа к Штирлицу именно с такой целью. Провокация рассчитана на это: взять *арестованного физика и уйти туда*, за рубеж, «к нейтралам». То есть сначала они совсем не думают о Штирлице как о *русском* резиденте.

А что касается жестокости, садизма, неистового расизма, провозглашаемых гитлеровскими «сверхчеловеками», то Штирлиц когда-то, накануне великой «силовой» победы своей Родины в марте–апреле 1945 г., в самом деле, оказался катастрофически не прав: западный мир спокойно и бесшумно принял и не забыл все прошлые злодеяния, придуманные когда-то его лидерами, с годами и десятилетиями изобретая всё более изощрённые опыты над людьми, торговлю ими, их органами, детьми. То, что делалось в концлагерях, постепенно становилось всё более открытым. Путь от нацизма – к открытому сатанизму оказался вполне реальным, и многие представители человечества тихо и молча вернулись к чудовищным экспериментам, окончательно стирая границы между добром и злом. Как известно, Ф.М. Достоевский, описывая в своих великих романах трагедию греха, вечное противоборство добра со злом, более всего опасался даже не самих по себе тех или иных грехов, а того, что человечество может прийти к самому опасному – стиранию границ между добром и злом, Божественным и сатанинским началами. И что зверское и сатанинское со временем могут стать обыденными явлениями.

В конце романа Мюллер, как помнится многим и часто цитируется на площадках Интернета (и этот эпизод, кстати, блистательно воплощён в экранизации), произносит своему собеседнику – оторопевшему Штирлицу: «...надо создавать сказочников, которые переложат наши слова на иной лад, доступный людям через двадцать лет. Как только где-нибудь вместо слова «здравствуйте» произнесут «хайль» в чей-то персональный адрес – знайте, там нас ждут, оттуда мы начнём своё великое возрождение!» [8]. Если смотреть внимательно экранизацию (интертекст), то нельзя не признать, что лицо

Штирлица в блистательном исполнении харизматичного В. Тихонова именно в этом эпизоде выглядит, пожалуй, самым напряжённым, удивлённым, несколько растерянным и подавленным. Вполне очевидно, что именно здесь запрятана тончайшая внутренняя психологическая кульминация душевных глубин этого по-настоящему трагического персонажа. Кажется, что, заметив такой взгляд, хитрющий Мюллер мог вполне разоблачить своего собеседника. Погружённый в глубокие размышления, Штирлиц, можно сказать, «угадал» систему рассуждений своего нового соперника, однако он не мог даже представить, что враждебная его родине сторона выберет именно такую крайне рискованную стратегию. И самое главное – уж никак не верилось, что США навязнут миру, мировой политике именно подобный безрасчётнейший вектор: «А если Даллес не политик и даже не политикан?.. что, если он попросту рискован *игрок*? Можно, конечно, не любить Россию и бояться большевиков, но ведь он обязан понимать, что сталкивать Америку с нами – это значит обрекать мир на такую страшную войну, *какой ещё не было в истории человечества*. Неужели зоологизм ненависти так силен в людях того поколения, что они смотрят на мир глазами застаревших представлений?» [8]. Штирлиц катастрофически ошибался в том, что это были отнюдь не застаревшие представления, а, напротив, положения, работавшие на дальнюю перспективу, в основе которых лежал не зоологизм ненависти, а циничный прагматизм. Однако он был абсолютно прав, понимая апокалипсический характер такого столкновения.

Обращает на себя внимание ключевое слово «игрок». Штирлиц тогда не представлял себе, что враждебные ему политики уже начали достаточно давно и всю ведут иную войну, в основе которой – именно *игра*, манипуляции, так называемые «двойные стандарты». Проницательный автор Ю. Семёнов погружает своего героя в лабиринты «логического алогизма» (часть так и называется «Алогизм логики»), и в который раз предсказывает с чёткой логической выстроенностью всё то, что только кажется нелогичным, однако, в этой самой нелогичности заложено



рациональное зерно всей грядущей ситуации «мира в войне». Применительно к чудовищной современности, которую переживал Штирлиц, находясь в одиночестве среди нацистских главарей, было чрезвычайно сложно представить, что пройдет совсем немного времени, и все положения, которые он замечал вокруг себя в отношениях между этими чудовищами и населением Германии, в целом станут типичными и обыденными в политической сфере совсем недалёкого будущего. Разработанные лично Гитлером и гитлеровским главарями принципы взаимодействия между обществом и государством, между людьми в целом, вполне очевидно казались Штирлицу нелогичными: «Цинизм был возведён в норму политической жизни, ложь стала необходимым атрибутом повседневности. Появилось некое новое, невиданное раньше понятие правдолюбия, когда, глядя друг другу в глаза, люди, знающие правду, говорили один другому ложь, опять-таки точно понимая, что собеседник принимает эту необходимую ложь, соотнося её с известной ему правдой» [8].

Таким образом, «ошибка Штирлица демонстрирует трагические крайне противоположные духовные ориентиры России и Запада, несмотря на бесспорную «силовую» победу Советского Союза над нацистской Германией. Стоит вспомнить слова Гитлера из так называемой «стенограммы совещания»: «Никогда мир не знал такого парадоксального в своей противоречивости союза, каким является коалиция союзников», имея в виду союзничество СССР, Англии и США.

В «Информации к размышлению», посвящённой Черчиллю, глава Великобритании собственными устами произносит следующее: «Игра – это самое серьёзное, что есть в мире... Политика в таком виде, в каком мы привыкли воспринимать её, умерла. На смену локальной политике элегантных операций в том или ином районе мира пришла глобальная политика. Это уже не своеволие личности, это уже не эгоистическая устремлённость той или иной группы людей, это наука точная, как математика, и опасная, как экспериментальная радиация в медицине. Глобальная политика принесёт неисчисли-

мые трагедии малым странам; это политика поломанных интеллектов и погибших талантов...» Автор, Ю. Семёнов, напротив, закончив роман «Семнадцать мгновений весны», вникнув в философию нацистской системы отношений, через несколько лет ювелирно точно описал алгоритм введения в общественную жизнь такого необходимого фашистам персонажа, как Степан Бандера в романе «Третья карта» (1975).

**Мгновение 2. Штирлиц о Бандере.** Любопытно, что действие романа «Третья карта» начинается в самый канун вторжения нацистской Германии в Советский Союз, в начале июня 1941 г. Другими словами, сюжет во временном историческом плане, казалось бы, противоположный. Однако – не по смыслу. Как известно, немцы горели особым желанием накануне вторжения в СССР по возможности внести раскол внутри страны, в частности, между Украиной и Россией. Развивает Ю. Семёнов и свою тему, осмысливаемую в «Мгновениях...»: Штирлиц получает задание Центра. Однако в аспекте данных рассуждений нас интересует «проверка» концепции Даллеса, озвученная в романе о конце Второй мировой войны и начале войны грядущей. В 1941 г. его ещё пока не видно на политической площадке, однако подготавливаются «игры» с Украиной, с Бандерой и с бандеровщиной в целом прописана Ю. Семёновым с абсолютной достоверностью. Точность формулировок, расстановка акцентов «игры» с Украиной и украинцами, наконец, трагические события, произошедшие с ними с начала 1990-х до настоящего времени, ясно и недвусмысленно констатируют правдивость исторических выводов, которые подтверждают не только современные реалии в отношении англичан и американцев, но также и констатируют абсолютный обман со стороны Германии уже в 1941 г. этой несчастной «советской окраины».

Итак, Штирлиц, командированный в Краков, сообщает после беседы с Бандерой и просмотром документов, что он является «уголовным элементом». Германскому командованию это удобно, поскольку в случае необходимости его легко можно отдать под суд за грабежи, шантажи и пр., выполняв-

шиеся «по приказу из Берлина». Штирлиц на месте убедился, что «фигура эта по ознакомлению с материалами гестапо – «сделанная», произносящая слова выученные, заложенные в него здешними инструкторами» [9]. Бандера, воспринимая, разумеется, всё происходящее с ним всерьёз, и не подозревает, что с ним ведут дьявольскую игру. Штирлиц подчёркивает, что отношение к этим планам весьма «*юмористическое*». Но, поскольку он плебейски, лакейски готов к выполнению любых заданий, не остановится ни перед чем, со стороны гитлеровцев его решено продолжать субсидировать. В своём донесении Штирлиц также подчёркивал, что, в силу того, что прошлое у Бандеры преступно, кроваво, он будет добросовестно бороться за свой кусок пирога, впрочем, как и другие украинцы. То есть над лозунгами, предназначенными для обмана и дезинформации украинского народа, тщательно работали его хозяева в Берлине. Хотя этот деятель и абсолютно ничтожен, именно ему принадлежит фраза: «Наша организация должна быть страшной, как и наша оуновская власть». Показательно, что «малограмотные» и «лишённые какой-либо мало-мальски привлекательной социальной идеи», они, как и образованные и титулованные германские нацисты, особенно в конце войны, стремятся изо всех сил «получить землю, посты, деньги» [9].

Сообщил Штирлиц своим советским руководителям и о том, что Центр всей работы с «русским фашистским союзом» сейчас перенесли в генерал-губернаторство (территория Польши). Шефом варшавского филиала являлся бывший начальник контрразведки Деникина журналист Войцеховский. К примеру, Коновалец и его преемник Мельник гордятся тем, что были офицерами австро-венгерской армии, связаны с миллионером Федаком родственными связями, играют в аристократизм» [9]. Попутно заметим, что отсюда понятны и многие психологические штрихи «вечной» ненависти поляков к России в целом. Штирлиц подробно называет организации и фамилии многочисленных русских шпионов и бывших офицеров царской армии, подготовленных к внедрению на территорию СССР. Сообщает он и факт при-

ближающейся агрессии против нашей страны. Российских эмигрантов усиленно готовят к шпионской деятельности на территории Советского Союза, ведётся ускоренное обучение советской терминологии. Для работы в так называемых бургомистрах будет отправлено, по донесению Штирлица, более 20 тысяч человек как представителей со стороны колонистов Германии для работы с «массой населения» будущей оккупированной территории СССР. Коновалец и ему подобные, разумеется, жестоким образом обманывались, когда верили в скорую свою «победу», потому что никакой победы, в принципе, не могло быть: всё было рассчитано на уничтожение и порабощение населения как самой Украины, так и пространства СССР в целом. Нацистские прихлебатели, разумеется, не могли знать, что по заданию Гейдриха на узком совещании был разработан документ под названием «теория стратегического обмана». Речь шла, разумеется, об Украине.

Обращает на себя внимание весьма показательная лексика, используемая германскими нацистами. Украинские националисты («уголовники и проходимцы») рассматриваются фашистскими главарями как «*проходные пешки... шахматного гамбита*», «костоломы из ОУН», «*игра на бредовой идее ОУН*»: «марионетки-оуновцы»; «с костоломами из ОУН»... *позволяется «играть перспективно*»; «головорезы, которых пока приходится терпеть». Другими словами, в 1945 г., в самом конце войны, в принципе, ничего не изменилось – «игра, провозглашённая англичанами и американцами, теперь предполагалась против СССР – *победителя*. Подчеркнём и напомним (это важно), что о «грязных» методах своих «коллег», их дьявольских играх Штирлиц был хорошо осведомлён. Но генезис его «ошибки» в 1945 г. состоял в том, что он был шокирован открытым, быстрым и наглым предательством союзников. Он вдруг обнаружил, что идею расизма и нацизма не удалось сокрушить, несмотря на приближающийся разгром германской армии. Все остаётся по-прежнему («всё только начинается» – как сказал он пастору Шлагу в финальной части «Мгновений...»). И в этом заключалась трагическая

правда. «Понятно, что никакая националистическая идея, кроме великой расовой идеи фюрера, невозможна в Европе», – это высказывание из «Третьей карты» 1941 г. оказалось абсолютно применимо и к ситуации конца войны.

И ещё более горькая констатация, ориентированная на перспективу и на одержимость продолжать борьбу: мы «выставляем на шахматный стол наши украинские пешки для того, чтобы расплатиться ими, когда придёт время, выгодное с точки зрения нашей перспективной политики на Востоке».

### ВЫВОДЫ

В качестве проверки исторической достоверности и прозорливости автора романа приведём основополагающие тезисы реальных исторических выводов из доклада Николая Патрушева (2023) [10], не имеющие отношения к рассматриваемым романам, однако предвосхищённые в произведениях Ю. Семёнова, – то, что мы называем выходом из художественного пространства в реальную историческую перспективу.

Патрушев: «ЦРУ до 1948 г. именовалось управлением стратегических служб США»; «Активное использование бывших сотрудников Абвера и управления имперской безопасности гитлеровского рейха для создания *новых немецких спецслужб*». Тем самым они уже начинали работать на долгую перспективу.

«Семнадцать мгновений весны»: проанализированная нами сюжетная линия «Гиммлер – Вольф – Шелленберг».

Патрушев. Ориентация современных западных политиков, прежде всего, на крупный бизнес, поскольку власть на Западе находится в руках транснационалов, обладающих, в свою очередь, господством над ресурсами. Отсюда вполне закономерно вытекает претензия на роль «надгосударственного механизма управления человечеством».

«Американское государство – лишь оболочка для конгломерата огромных корпораций, которые правят страной и пытаются властвовать над миром».

«Семнадцать мгновений весны». А. Даллес в диалоге о будущем раскладе в мире

с К. Вольфом, представителем нацистов, о подчинительной, вассальной роли Германии: «Одно для меня очевидно: Германия не будет безмолвствовать – я имею в виду Германию серьёзных финансистов, типа уволенного в отставку Шахта...». Ялмар Шахт – «почётный член НСДАП». Другими словами, и в подчинительном, вассальном варианте для Германии не отменялись фундаментальные основы именно бизнеса. Подробное развитие данного тезиса Н.П. Патрушева представлено также в некоторых других романах Ю. Семёнова, написанных позднее.

Патрушев: «...республиканцы и демократы – это лишь *два актёра в одной пьесе...*». Благополучие собственных граждан-американцев не имеет значения.

«Семнадцать мгновений весны»: «Информация к размышлению: Черчилль», монолог: новая политика – *игра*».

«Третья карта»: *«Играйте украинскими шалунами, ...посулите им Киев как столицу, обещайте создание независимой Украины. Встречаясь с казачьими эмигрантами, предлагайте им создание великого государства от Запорожья до Волги – мы порвём все соглашения, когда восторжествует мировая идея германской расы. Обман в данном случае будет прощён провидением, ибо мы обманываем белорусских, украинских, русских «недочеловеков», заселяющих плодороднейшие земли и владеющих несметными запасами руды и угля. Всё что угодно, лишь бы отторгнуть Украину от России. Пусть они верят нам, пусть верят. Лишь бы делали то, что угодно интересам богоизбранной расы немцев. История нам простит всё, если мы свершим задуманное... Увлекайте их идеей национализма: в столкновении с нашей расовой теорией любой национализм исчезнет, испарится, как лужа под ясным полуденным солнцем. Помогите им сформулировать требования: «самостийность», «соборность» – любые их бредни должны быть оформлены в доктрину с помощью наших экспертов. Чем громче они будут сейчас заявлять о себе, тем легче потом их будет изолировать: распоясавшийся варвар не может не вызывать глубокой и устойчивой неприязни арийцев. Гегемонизм – а мы настаиваем на*

гегемонии нашей расы – отвергает все иные формы национализма. Время работает на нас, не бойтесь лепить из глины колосса – в него нельзя вдохнуть жизнь, его легко разбить, толкнув плечом: черепков не соберёшь...» [9].

Патрушев. Место для России на Западе «вообще не предусмотрено».

«Семнадцать мгновений весны»: «Так впервые за всё время войны из понятия «союзники» выпало одно лишь слово – «советский». И вместо «англо-советско-американские союзники» в Берне появился новый термин – «англо-американские союзники» [8].

Ориентация на расчленение России с уничтожением русского языка и русского мира. Технология подрыва своих соперников изнутри «давно отработана». Опыт – итог Первой мировой войны, в результате которой «Лондон... развалил империи и наштамповал из них десятки стран».

«Семнадцать мгновений весны: проанализированный диалог Даллеса и юре Норелли о ликвидации русского языка как языка межнационального общения, развитие национализма на территории СССР (России).

Патрушев. Современные события первой четверти XXI века на Украине – это, прежде всего, столкновение «США и Англии с Россией».

Роман Ю. Семёнова «Третья карта»: «Игры» немецких нацистов с фигурой Степана Бандеры – июнь 1941 г.

Патрушев. *Не успела закончиться Вторая мировая война*, а нацистских деятелей американцы уже «активно стали привлекать к разработке новых видов вооружения, в том числе оружия массового поражения и средств его доставки. Это же касается использования американцами и японских военных преступников, разрабатывающих и применяющих химическое и бактериологическое оружие».

«Семнадцать мгновений весны» – сюжетные перипетии с физиком Рунге в течение Второй мировой войны и с мечтами многих нацистов о бегстве на Запад, о «выходе за границу к нейтралам». Обострение одной из конфликтных линий романа, связанной с подозрением в этой связи Штирлица (Диалог Кальтенбруннера и Мюллера в начале романа).

Таким образом, романы Ю. Семёнова «Семнадцать мгновений весны», «Третья карта» – уникальные образцы «художественного историзма», сплав документалистики и художественности с выходом в перипетии длительного, непрерывного исторического процесса, где ключевые факты реальной истории, в том числе и только намечающиеся, чаще всего поданы «зашифрованно». «Шифровка фактов» представлена с широким и разнообразным использованием изобразительно-выразительных средств (архитектоника, композиция и сюжет, монологи и диалоги, художественные детали и т. п.).

#### Список источников

1. Литературная энциклопедия терминов и понятий / под ред. А.Н. Николюкина. М.: ИНТЕЛВАК, 2001. 1600 с.
2. Юлиан Семёнов уполномочен заявить. М.: Московская правда, 2021. 304 с.
3. Неизвестный Юлиан Семёнов. Искренность. Рассказы, повести, дневники / сост. А.В. Репин. М.: Вече, 2021. 608 с.
4. Семёнов Ю.С. Семнадцать мгновений весны. Кинороман с историей. Повести. Сценарии. Статьи. Документы. М.: Вече, 2023. 608 с.
5. Ланцова О.В. О принципах кумулятивного сюжетостроения в романе Ю. Семёнова «Семнадцать мгновений весны» // Вопросы русской литературы. 2016. № 1-3 (35/92-37/94). С. 197-204. <https://elibrary.ru/ovfajf>
6. Ланцова О.В. О влиянии поэтики кино на романную структуру «Семнадцати мгновений весны» Ю. Семёнова // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. Серия 2: Искусствоведение. Филологические науки. 2017. № 4. С. 82-86. <https://elibrary.ru/yvavdl>
7. Хворова Л.Е. Русская словесность и «кирпичи» фактов истории: Непрочитанный Юлиан Семёнов (К 25-летию со дня смерти писателя) // Русская литература XX–XXI веков в национальном культурно-историческом контексте. Тамбов, 2017. С. 372-421.



8. Семёнов Ю.С. Семнадцать мгновений весны. Роман: 2-я ред. // Культурный фонд Ю. Семёнова: сайт. URL: <http://xn----7sbhlaoumgel5a7n.xn--p1acf/semenov/fond/> (дата обращения: 02.06.2023).
9. Семёнов Ю.С. Третья карта. Роман // Культурный фонд Ю. Семёнова: сайт. URL: <http://xn----7sbhlaoumgel5a7n.xn--p1acf/semenov/fond/> (дата обращения: 02.06.2023).
10. Патрушев Н.П. Россию хотят превратить в Московию // Аргументы и факты. 2023. № 1–2. 10 янв. URL: <https://aif.ru/politics/world> (дата обращения: 11.06.2023).

## References

1. Nikol'yukin A.N. (ed.). *Literaturnaya entsiklopediya terminov i ponyatii* [Literary Encyclopedia of Terms and Concepts]. Moscow, INTEL'VAK Publ., 2001, 1600 p. (In Russ.)
2. Yulian Semenov *upolnomochen zavayit'* [Yulian Semenov is Authorized to Declare]. Moscow, Moskovskaya Pravda Publ., 2021, 304 p. (In Russ.)
3. Repin A.V. (compiler). *Neizvestnyi Yulian Semenov. Iskrennost'. Rasskazy, povesti, dnevniki* [Unknown Yulian Semyonov. Sincerity. Stories, Novellas, Diaries]. Moscow, Veche Publ., 2021, 608 p. (In Russ.)
4. Semenov Yu.S. *Semnadsat' mgnovenii vesny. Kinoroman s istoriei. Povesti. Stsenarii. Stat'i. Dokumenty* [Seventeen Moments of Spring. A Film Novel with History. Stories. Scripts. Articles. Documentation]. Moscow, Veche Publ., 2023, 608 p. (In Russ.)
5. Lantsova O.V. About the principles of cumulative plot in Y. Semenov's novel "Seventeen Moments of Spring". *Voprosy russkoi literatury* [Issues of Russian Literature], 2016, no. 1-3 (35/92-37/94), pp. 197-204. (In Russ.) <https://elibrary.ru/ovfajf>
6. Lantsova O.V. To the issue of influence of cinema poetics on the novel structure "Seventeen Moments of Spring" by Yu. Semenov. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo universiteta tekhnologii i dizaina. Seriya 2: Iskuststvovedenie. Filologicheskie nauki = Vestnik of St. Petersburg State University of Technology and Design. Series 2: Art Criticism. Philological Sciences*, 2017, no. 4, pp. 82-86. (In Russ.) <https://elibrary.ru/yvavdl>
7. Khvorova L.E. Russkaya slovesnost' i «kirpichi» faktov istorii: Neprochitannyy Yulian Semenov (K 25-letiyu so dnya smerti pisatelya) [Russian literature and the "bricks" of historical facts: Unread Yulian Semenov (On the 25th anniversary of the writer's death)]. *Russkaya literatura XX–XXI vekov v natsional'nom kul'turno-istoricheskom kontekste* [Russian literature of 20th – 21st centuries in national cultural and historical context]. Tambov, 2017, pp. 372-421. (In Russ.)
8. Semenov Yu.S. *Semnadsat' mgnovenii vesny. Roman: 2nd red.* [Seventeen Moments of Spring. Novel: 2 ed.]. In: Site «Kul'turnyi fond Yu. Semanova» [Web-site "Cultural fund of Yu. Semenov"]. (In Russ.) Available at: <http://xn----7sbhlaoumgel5a7n.xn--p1acf/semenov/fond/> (accessed 02.06.2023)
9. Semenov Yu.S. *Tret'ya karta. Roman* [The Third Map. Novel]. In: Site «Kul'turnyi fond Yu. Semanova» [Web-site "Cultural fund of Yu. Semenov"]. (In Russ.) Available at: <http://xn----7sbhlaoumgel5a7n.xn--p1acf/semenov/fond/> (accessed 02.06.2023)
10. Patrushev N.P. Rossiiu khotyat prevratit' v Moskoviyu [They Want to Turn Russia into Muscovy]. *Argumenty i fakty* [Arguments and Facts], 2023, no. 1-2. January 10. (In Russ.) Available at: <https://aif.ru/politics/world> (accessed 11.06.2023)

## Информация об авторе

Хворова Людмила Евгеньевна, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры русского языка, Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина, г. Тамбов, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0002-8720-7906>, [xworowa.mila@yandex.ru](mailto:xworowa.mila@yandex.ru)

**Вклад в статью:** общая концепция исследования, анализ художественных текстов, поиск и анализ научной литературы, написание текста статьи.

Поступила в редакцию 07.07.2023

Поступила после рецензирования 05.10.2023

Принята к публикации 12.10.2023

## Information about the author

Liudmila E. Khvorova, Dr. habil. (Philology), Professor, Professor of Russian Language Department, Derzhavin Tambov State University, Tambov, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0002-8720-7906>, [xworowa.mila@yandex.ru](mailto:xworowa.mila@yandex.ru)

**Contribution:** main study conception, literary texts analysis, scientific literature search and analysis, manuscript text drafting.

Received July 7, 2023

Revised October 5, 2023

Accepted October 12, 2023



НАУЧНАЯ СТАТЬЯ / ORIGINAL ARTICLE

УДК / UDC 821.161.1

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-835-844>


Шифр научной специальности 5.9.1

## Дистопия или Трансгрессия? (Два прочтения повести В. Сорокина «Метель»)

Александр Георгиевич КОВАЛЕНКО  , Цзяжуй ХУ 

ФГАОУ ВО «Российский государственный университет дружбы народов им. Патриса Лумумбы»

117198, Российская Федерация, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6

 [ak-taurus@mail.ru](mailto:ak-taurus@mail.ru)

**Аннотация.** Предметом исследования является вопрос о творческом методе В. Сорокина. Попытка объяснить творческую природу писателя приводит к мысли о внутреннем противоречии, характерном для его творчества в целом и реализуемого в каждом отдельно взятом произведении. Речь идёт о том, что творческая декларация писателя, сводимая исключительно к «лингвистическому эксперименту», плохо сочетается с реальной практикой, что приводит к противоречиям в трактовках его творчества в критике. Есть как будто «два Сорокина», один настаивает на том, что его произведения исключительно тексты для упражнений в «трансгрессии», другой создаёт дистопии, воспринимаемые как произведения, насыщенные социальными смыслами. В. Сорокин изначально «против литературы», однако живёт «за счёт» литературы и интерпретируется читателями и исследователями как литература высочайшего уровня. Он отмежевывается от «литературоцентризма», но парадоксальным образом становится его эпицентром. В данном исследовании доказано, что это противоречие на самом деле не требует разрешения, оно является «движущей силой» творчества писателя, «органичной» для «феномена Сорокина». Итогом является создание «лингвистической дистопии». Проблема имеет несомненную актуальность, результаты анализа позволяют уточнить важные моменты в оценке творчества писателя.

**Ключевые слова:** утопия, антиутопия, дистопия, творческий метод, конфликт





**Для цитирования:** Коваленко А.Г., Ху Цзяжуй. Дистопия или Трансгрессия? (Два прочтения повести В. Сорокина «Метель») // Неофилология. 2023. Т. 9. № 4. С. 835-844. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-835-844>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



## Dystopia or Transgression? (Two readings of V. Sorokin's story "The Blizzard")

Alexander G. KOVALENKO  , Jiarui HU   
Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba  
6 Miklukho-Maklaya St., Moscow, 117198, Russian Federation  
 [ak-taurus@mail.ru](mailto:ak-taurus@mail.ru)

**Abstract.** The subject of work is the question of V. Sorokin's creative method. An attempt to explain the writer's creative nature leads to the idea of an internal contradiction that is characteristic of his work as a whole and is realized in each individual work. The point is that the writer's creative declaration, reduced solely to a "linguistic experiment", does not fit well with real practice, which leads to contradictions in the interpretation of his work in criticism. There are as if "two Sorokins", one insists that his works are exclusively texts for exercises in "transgression", the other creates dystopias perceived as works saturated with social meanings. V. Sorokin was originally "against literature", but lives "at the expense" of literature and is interpreted by readers and researchers as literature of the highest level. He dissociates himself from "literary centrism", but paradoxically becomes its epicenter. This study proves that this contradiction does not really require resolution, it is the "driving force" of the writer's work, "organic" for the "Sorokin phenomenon". The result is the creation of a "linguistic dystopia". The problem is of undoubted relevance, the results of the analysis allow us to clarify important points in assessing the writer's work.

**Keywords:** utopia, anti-utopia, dystopia, creative method, conflict

**For citation:** Kovalenko, A.G., & Hu, Jiarui. Dystopia or Transgression? (Two readings of V. Sorokin's story "The Blizzard"). *Neofilologiya = Neophilology*, 2023;9(4):835-844. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-835-844>



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



### ВВЕДЕНИЕ

Антиутопизм В. Сорокина отчётливо звучит в прозе начала 2000-х гг. В повести «День опричника» (2006) и сборнике рассказов «Сахарный Кремль» (2008) формируется образ «будущей России», по версии В. Сорокина, изолированной от мира, погружившейся вследствие этого в патриархальное прошлое, но сохранившей и развивающей при этом свою технологическую динамику. Писатель ошутимо педалирует аллюзии политического свойства: изолированность России (внешние и внутренние враги, строительство Русской стены) является следствием её имперских амбиций, авторитарной системы правления и отсутствия свободы.

Другим аспектом антиутопической картины В. Сорокина является актуализация темы Китая. Писатель прогнозирует технологическое развитие благодаря Китаю, но одновременно – культурную и экономическую зависимость от неё. Названные повести можно рассматривать как «политическую сатиру», образующие метасюжет о настоящем и будущем России. Осмысление пути России происходит с помощью рецепции через Другого, каковым и является Китай [1]. Как станет очевидным позднее, интерес В. Сорокина к теме Китая со временем ослабнет, и его Другим станет европейское пространство («Теллурия», 2013).

## ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Популярность В. Сорокина как писателя, противоречивость его творческой позиции, разнообразие его письма и сложность его пути в литературе требует более ясного понимания его творческого метода. Репутация его как писателя-постмодерниста никак не проясняет ситуацию. Постмодернизм В. Сорокина как стремление деконструировать классическую литературу вступает в противоречие с другим вектором – социальным моделированием, которое проявляется в создании дистопий. Задача исследования заключается в том, чтобы объяснить природу и «механизм» этого внутреннего противоречия, дать ему непротиворечивую оценку, а также дать представление о видах трансгрессий, благодаря которым возникает его «лингвистическая дистопия».

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

**Повесть «Метель» как пародия на русскую классику.** В повести «Метель» (2010) «китайский вектор» значительно ослабевает и появляется лишь в самом конце текста. Направлением рефлексии становится сама Россия, взятая в её исторической ретроспективе.

Повесть «Метель» можно интерпретировать как стилизацию классической повести XIX века. Название повести, её главный герой-доктор, некоторые художественные детали заставляют вспомнить одноимённые повести А.С. Пушкина и Л.Н. Толстого. В этом смысле В. Сорокин вполне верен себе, писать «под XIX век» есть его устойчивая творческая стратегия. Примечательно здесь и то, что концепт метели имеет для русской литературы характер устойчивой национально маркированной традиции (А.С. Пушкин, Л.Н. Толстой, А.П. Чехов, А.А. Блок, Б.А. Пильняк, Б.Л. Пастернак и многие другие) [2–5]. В этом контексте под аналогичным углом зрения интерпретируется и повесть В. Сорокина. Исследователь Т. Кучина полагает, что произведение В. Сорокина завершает собой «метельный сюжет» классики, предложив оригинальный амбивалентный финал, гибельный и спасительный одновременно: «перебрав разнообразные версии

зимних путевых историй, В. Сорокин завершает «метельный» сюжет XXI века без оптимизма: благая цель недостижима, миссия – невыполнима» [6].

В. Сорокин вполне отдаёт себе отчёт в символическом подтексте сюжета о метели, он продолжает ставшую традицией филологическую интерпретацию образа метели в русской литературе, расширяя её приложение к русской действительности и наделяя её философски-футурологическим масштабом. По признанию В. Сорокина, метель есть «и субъект, и объект. И персонаж, и сцена. И герой, и декорация – задник, на фоне которого происходит действие. Это стихия, которая определяет жизнь людей, их судьбу. От чего здесь люди зависели, по-прежнему зависят и будут зависеть – это русская география. Это размер России, размер этих полей, во многом безжизненных, это затерянность людей в этих пространствах. И главный персонаж, порождаемый этим пространством, – Метель. <...> Поломки всех этих вещей, плохие дороги и то, что зимой путники никак не могли найти дорогу, потому что она никак не обозначена и никому это не нужно, – это и есть русская жизнь. Другой она не будет»<sup>1</sup>.

Повесть «Метель» стала продолжением основной темы, мотивов и антиутопического вектора, намеченного в предыдущих двух книгах. Россия и её судьба в фокусе изображения, только иное время и иная стилистика. Остаются неизменными приёмы. Их как минимум два. Первый – использование высокотехнологичных устройств и «гаджетов» на фоне социально-бытовой архаики («мерины», «умницы», «радио», «самокаты»). Второй – наличие «психотропного» элемента, приобретающего у В. Сорокина свою нагруженную смысловую функцию. В «Дне опричника» это «золотые рыбки», в «Метели» – «пирамиды» (позднее в «Теллурии» – «чудодейственный гвоздь»). Очевидно, что эти два образно-нарративных момента функциональны в антиутопизме В. Сорокина: первый

<sup>1</sup> Широкова С. Писатель Владимир Сорокин: Мой «День опричника» – это купание авторского красного коня». Интервью Владимира Сорокина // Известия. 2006. 25 авг.

создаёт общий контекст технологического прогресса, второй несёт в себе символику общего для всех стремления к счастью и исполнения общей или индивидуальной мечты.

Невозможно не заметить, что творчество В. Сорокина в целом и анализируемая повесть в частности обладают интертекстуальной глубиной. Обращение к русской классике как предмету её пародийного переосмысления и способ насытить текст атмосферой современности с особой силой проявились в повести «Метель». В. Сорокин «переработал» несколько классических источников. Исследователи указывают, по крайней мере, на три классические повести, аллюзии с которыми проступают у В. Сорокина совершенно очевидным образом. Это «Метель» А.С. Пушкина, «Метель» Л.Н. Толстого, рассказ «По долгу службы» А.П. Чехова. Во всех трёх базовым является «сюжет метели», который можно определить как архетипический. Сюжет однотипен: герою необходимо преодолеть небольшое расстояние на лошадях. Но достичь конечного пункта оказывается невозможно в силу типично российского природного обстоятельства – метели зимой.

Почти во всех (кроме пушкинской повести) присутствует некий «посредник» между героем и стихией – ямщик, и во всех имеет место некое служебное задание, назначенное «сверху». Важно отметить, что в повести А.П. Чехова героем является врач, который должен провести вскрытие трупа. Таким образом, объединив три сюжета, В. Сорокин как бы делает некий смысловой и сюжетный инвариант, наделяет его смыслами, которые требуются для собственного художественного задания. К этому можно добавить, что поиск источников не ограничен только русской литературой. Так, исследователь отмечает, что гигантские лошади и лошади-лилипуты, а также некоторые геометрические образы (пирамиды) у В. Сорокина несомненно напоминают путешествие Гулливера в страну великанов и лилипутов Д. Дефо. Но, как отмечает К. Кобрин, напрашивающееся сравнение с Дж. Свифтом оказывается не вполне истинным, если Дж. Свифт осмеивает пороки человеческой природы и устройство государства, то сати-

рик-Сорокин «клаустрофобичен», он замкнут на мысли о познании феномена «постсоветского человека»<sup>2</sup>.

Напротив, М. Липовецкий, анализируя повесть, не обнаруживает в ней сатирического начала, но отмечает наличие сильного утопического дискурса, лишённого каких-либо конфликтов. Утопия здесь опирается на «сюжет внутренней колонизации» и разворачивается «в пространстве утопии», в которой главное место занимают три образа: образ возницы Перхуши (своей беспомощной добротой испытывать границы «народолюбия» модернизатора), мельничихи («устойчивая ассоциация с водой, волной – иными словами, стихийной, элементарной силой») и великана. «Так «сюжет внутренней колонизации» превращается у Сорокина в «сюжет совокупления со смертельной стихией, поглощающей и обессиливающей отважного колонизатора»<sup>3</sup>.

Символизация основного образа достигает невероятных размеров. Концепт метели вмещает в себя множество различных смыслов. С помощью этого образа писатель развенчивает всё в русской жизни – от отдельных конкретных деталей русского быта (всё ломается необъяснимым образом и совершенно неожиданно) до государственной машины в целом. В. Сорокин подвергает «деконструированию» государственную машину России, которая «начала ломаться» уже после эпохи Ивана Грозного, и в настоящее время находится в полном упадке. «Машина» государства распалась, и её может привести в порядок только кто-то извне, «иностранец», чужой, но не свой. Здесь В. Сорокин проводит аналогию с романом И.А. Гончарова «Обломов», где «спасителем» отечества выступает «немец» Штольц. В. Сорокин прибегает к масштабному обобщению. Государст-

<sup>2</sup> Кобрин К. Доктор едет, едет сквозь снежную равнину (заметки о катастрофе смысла в «Метели» Владимира Сорокина) // «Это просто буквы на бумаге...». Владимир Сорокин: после литературы / под ред. Е. Добренко, И. Калинина, М. Липовецкого. М.: Новое лит. обозрение, 2018. 1110 с.

<sup>3</sup> Липовецкий М. Метель в ретробудущем: Сорокин о модернизации // Колонка Марка Липовецкого. URL: <https://os.colta.ru/literature/projects/13073/details/17810/?expand=yes#expand> (дата обращения: 20.03.2023).

венную машину может «отремонтировать» только «чужой». Если раньше это была Европа, которая, метафорически выражаясь, была «врачом» для России, то ныне Европа утратила былую силу и отдала пальму первенства и «пассионарность» Азии. Отсюда обилие китайцев и усиление китайской темы в повестях В. Сорокина, в том числе и в рассматриваемом здесь тексте повести «Метель».

Россию спасёт Китай, считает В. Сорокин, и это не шутка, а вполне серьёзное убеждение: «Сейчас Восток энергичнее и витальнее Запада. У Европы нет больше никакой экспансии. Она сама нуждается в помощи. А Восток энергетически активен и готов осваивать новые пространства. И если вы пообщаетесь с людьми из Восточной Сибири, то для них китайцы уже стали частью их жизни. И я не вижу в этом ничего странного»<sup>4</sup>.

Пользуясь излюбленным выражением писателя, он создаёт «метафизику места», где Россия занимает некое «пограничное» положение, – между прошлым и будущим, между Востоком и Западом, между созиданием и распадом.

**Трансгрессия В. Сорокина.** Как было указано выше, повесть можно интерпретировать как утопию либо как антиутопию, а если свести воедино все мнения этого рода, то перед нами, очевидно, дистопия, совмещающая в себе эти два вектора. Однако есть другая особенность повести «Метель», которая с трудом позволяет признать единственно верным этот тезис. Критики отмечали, что повесть «Метель» является в некоторой степени «рубежной», отделяет «старого Сорокина» от «нового», рубеж этот отмечен изменениями в нарративной стратегии. И она обнажила внутреннее противоречие, давно присущее его творчеству – между эстетической манифестацией художника и его реальной практикой. С одной стороны, он «чистый» экспериментатор-лингвист, как он себя позиционирует, и в таком случае его творчество вряд ли заслуживает привычного литературного анализа, в нём не следует искать образы, идеи, типы и другие привычные катего-

рии литературоведения, в том числе *утопизм* и *антиутопизм*. С другой стороны, читатель обнаруживает художественные идеи, мировоззренческие аспекты, несовместимые просто с языковым экспериментом. Так, например, в «Сахарном Кремле», «Государь», «детское шествие» на Красную площадь и прочие детали несут в себе явные сатирические аллегории политического свойства.

Обратимся к трактовке этого феномена в работе критика К. Кобрин. Творчество «раннего Сорокина» отмечено печатью литературоцентризма, а точнее, как формулирует К. Кобрин, «**активного противостояния литературоцентризму**», которое импонировало читательской публике тем, что писатель развенчивал интерес общества к литературе, как «пустой», как попытку искусственно противопоставить литературу реальной жизни: *«старый Сорокин» даже не основы литературоцентричной русской культуры подрывал, нет, он пытался обнажить механизм функционирования этого сознания, в котором словесность подменила реальность, переняв у неё привычность, банальность, пустоту. Это пустота сведенборговского ада; таким образом, литература у Сорокина превращалась в ад вдвойне – и как место действия, и как способ письма*»<sup>5</sup>.

«Новый Сорокин», постепенно уходя от чистого литературоцентризма, но не изменяя своему методу «препарирования» или «переписывания сюжетов и образов классической литературы, меняет идеологическую моду, точнее обретает его. Известные сюжеты становятся оболочкой, наполняемой проблемами и вопросами, имеющими отношение к реальной современной ситуации, он *«автор фельетонических сатир, щекочущих нервы дистопий, в которых узнавались практически все черты современной русской жизни, все изгибы современного русского общественного сознания. Здесь проявился совсем иной талант писателя – его удивительная чуткость именно к современности, его идеальный лексический слух; Сорокин, копаясь в недрах неуклюжего постсоветского языка*

<sup>4</sup> Широкова С. Писатель Владимир Сорокин: Мой «День опричника» – это купание авторского красного коня».

<sup>5</sup> Кобрин К. Доктор едет, едет сквозь снежную равнину (заметки о катастрофе смысла в «Метели» Владимира Сорокина).



(на самом деле, во множественном числе: в недрах **многочисленных постсоветских языков**), обнаружил предпосылки серьёзных сдвигов в обществе и государстве»<sup>6</sup>.

В приведённом высказывании следует обратить внимание на слово ДИСТОПИЯ, и это слово является дополнительным аргументом авторитетного критика в пользу признания за В. Сорокиным антиутопизма как базового свойства его художественного мышления.

*Трансгрессия* – это, вероятно, наиболее приемлемое понятие для объяснения «феномена Сорокина», и оно носит тотальный и универсальный для В. Сорокина характер. Как пишет В. Подорога, «трансгрессия – это пространство перехода от одного фиксированного состояния к другому, это граница перехода, скользящая черта, указывающая на возможность перехода... трансгрессивному состоянию противопоставляется уже не запрет, а другое трансгрессивное состояние»<sup>7</sup>. Вариантами трансгрессивности являются, как представляется, «вненаходимость» М. Бахтина, предполагающая временное или пространственное преодоление точки наблюдения, и «остранение» В. Шкловского, предполагающая аналогичное дистанцирование от предмета изображения.

В. Сорокин сплошь трансгрессивен. Преодоление этических табу, литературных канонов, привычных понятий, языковых границ, временных и пространственных – его стихия. Если ранее она в основном ограничивалась пределами языка, то позднее она распространилась на всю литературу. Она нарушает границы физического мира: самодвижущиеся телеги, собаки-роботы, странники-псоглавцы, теллуриевый гвоздь, забиваемый в голову, ледяной молоток, разбивающий грудь, золотая рыбка, проникающая в кровь опричников, – всё это примеры телесной физической трансгрессии.

<sup>6</sup> Кобрин К. Доктор едет, едет сквозь снежную равнину (заметки о катастрофе смысла в «Метели» Владимира Сорокина).

<sup>7</sup> Подорога В. Трансгрессия и предел // Электронная библиотека ИФ РАН «Новая философская энциклопедия». URL: <https://iphlib.ru/library/collection/newphilenc/document/HASH7c4c331d98407f8b24187c> (дата обращения: 20.03.2023).

(Попутное наблюдение: любопытно, но предтечей телесной трансгрессии в литературе является, как ни покажется странным, А.С. Пушкин. Припомним строки «Пророка»:

И он мне грудь рассёк мечом,  
И сердце трепетное вынул,  
И угль, пылающий огнём,  
Во грудь отверстую водвинул.

Очень похоже на операцию, которую производят персонажи трилогии «Лёд» и романа «Теллурия». В. Сорокин наследует пушкинскую метафору. Они образуют общее метафорическое поле, на котором происходит преодоление телесного и его воссоединение с духовным).

И. Калинин выделяет, по крайней мере, три разновидности трансгрессии у В. Сорокина: 1) размывание границы между буквальным и тропологическим; 2) нарушение границы между ментальным и физическим; 3) устранение границы между физическим и метафизическим [7]. Этим вряд ли ограничивается перечень. К перечисленному можно добавить намеренное нарушение эстетического канона. Так, повесть «Метель» демонстрирует нарушение реалистического письма благодаря трансгрессивному внедрению элементов других дискурсов – символического, сказочного, модернистского.

Пользуясь термином Ю.Н. Тынянова, трансгрессию можно назвать «доминантной «установкой», «конструктивным принципом»<sup>8</sup>. Чем более зрелым становился писатель, тем более расширялся масштаб его трансгрессивной стратегии. Постепенно она поглотила все аспекты реалистического письма и, прежде всего, реализм как метод. Реалистический дискурс всё более стал рассматриваться писателем как исходный материал, «пластелин» или «глина», из которого «лепится» конечный продукт. В повести «Метель» за исходный материал берётся реалистический архетип метели и реалистический нарратив о русской интеллигенции. Ошибочно ставить образ доктора Гарина у В. Сорокина в один

<sup>8</sup> Тынянов Ю.Н. О литературной эволюции // Тынянов Ю.Н. Поэтика. История литературы. Кино. М., 1977. С. 270-281.

ряд с доктором Рагиным у А.П. Чехова, а ситуацию метели – в один ряд с пушкинской или толстовской. У В. Сорокина они пародийны, если под пародией понимать вторичность и заимствованность. В. Сорокин отлично знает русскую литературу, но рассматривает её не как вместилище мыслей и идей, а как возможности «поглумиться» над наивным восприятием читателя, поиздеваться над «идейностью» русской литературы. Поэтому «метель» становится «антиметелью», развенчанием реалистической традиции, трансгрессивным переводом её в русло антиутопии. Принимая во внимание его исходную творческую позицию («литература это просто буквы на бумаге»), «метель» мы интерпретируем как утопию в лингвистическом понимании: русская литература – это «место, которого нет», иными словами русская литература – это симуляция реальности и симуляция литературы, во-первых, в силу самой образной природы литературы, во-вторых, по причине сорокинского «текстоцентрического» мировоззрения.

Мы не вправе анализировать тексты В. Сорокина («Метель», в частности) с позиции традиционного литературоведческого знания. Поскольку у В. Сорокина текст – это «просто буквы на бумаге», то у него, следовательно, нет *идей*, нет *метафор*, нет *образов*. Есть только эксперимент с ресурсами языка, испытание языка на прочность, а потребителя – на способность «поглощать» эти тексты. В. Сорокин «провокатор» языка. Утопизм/антиутопизм является следствием его тотальной трансгрессии. Только его утопизм/антиутопизм переступает границы традиции, в нём доминирует «чистый материал», не наделённый духовно-интеллектуальным смыслом, автор брезгливо отмахивается от принципа достоверности, от искренности, и так же пренебрежительно относится к читателю, в сущности обезличивая его.

Трансгрессия В. Сорокина – это универсальный для всего его творчества «конструктивный принцип», и реализоваться он может по-разному. Можно выделить, по крайней мере, следующие проявления.

**1. Пространственные.** Писатель нарушает естественные соразмерности и пропор-

ции человеческого мира. В мире, созданном в повести «Метель», имеют место образы обычных людей, больших людей и маленьких людей. Мельник настолько мал, что похож на куклу, но мельничиха по-своему любит и жалеет его, кормит из маленьких тарелок и поит из наперстка. «Большие» раза в три превосходят обычного человека, выполняют трудоёмкие работы, могут быть вредными, если их обидеть.

Лошади бывают обычные, маленькие, «размером с куропатку», и большие. У китайцев в конце повести появляется очень большая лошадь «размером с двухэтажный дом». Соответственно, каждый из видов обладает своим нравом и темпераментом. Маленькие лошади, принадлежащие Перхуше, – это добрые, шаловливые и забавные существа, доброта которых под стать доброте и незлобivosti их хозяина. Подобную диспропорциональность мы видим и в романе, который является продолжением «Метели», – романе «Доктор Гарин».

**2. Временные** трансгрессии оправдывают существование в тексте предметов, не присущих изображаемой эпохе. Так, в «Метели», сюжет которой разворачивается, скорее всего, в прошлом веке, присутствуют «умные» предметы и явления высокотехнологического общества: у Перхуши в избе есть «телефон», который «зимой не работает». У мельника персонажи «смотрят радио». Есть дома, которые оборудованы антеннами. Витаминеры живут в «юрте» из «живородящего войлока», особого строительного материала, обладающего теплозащитой и возможностью быстро создавать жилые пространства. Перхуша имеет зажигалку, работающую на газе. Есть бензин, правда, его мало, и он очень ценится. Появление китайцев среди жителей сорокинского мира не соответствует реалиям прошлого века, но они, вероятно, «нужны» Сорокину, они «функциональны» («Китай спасёт Россию», по Сорокину). В итоге читатель до конца не понимает, о каком времени он читает: о патриархальном прошлом, в котором фантастическим образом появились предметы из будущего, или – о будущем, которое «застряло», сохранив патриархальные приметы быта.

Конечно, нарушая естественные представления о вещах и о времени, писатель не слишком заботится о логике литературного сюжета и изображённых обстоятельств. Сюжет метели явно «затянут» по времени, литературный приём **явно обнажён и демонстративен**, события развиваются циклически, эпизоды снежной бури и покоя сменяют друг друга с десятком раз, трижды герои попадают в овраг, пять раз теряют путь, многократно проваливаются в снег, дважды разжигают костёр.

3. **Онейрическая трансгрессия.** Сны Платона Гарина, очевидно, демонстрируют вершину стилистической изощрённости В. Сорокина. В сюжете они мотивированы принятием «витаминов». В первом случае Гарину снится, что его казнят за грехи средневековым способом, в котле с кипящим маслом. Во втором случае, напротив, он испытывает ощущение счастья от венчания с Ириной, но при этом под ногами ощущает скребущихся зомби. Сон – один способ использовать изменённое сознание героя для демонстрации деформированного мира, нуждающегося в гармонизации.

Сюда же можно включить излюбленный сорокинский приём использования **искусственных гармонизаторов сознания**. В каждом новом романе он принимает собственный вид. В «Метели» он называется пирамидой. В романе «Теллурия» это будет теллуриевый гвоздь. Трансгрессивный характер этого приёма совершенно очевиден. Благодаря ему происходит расширение пространства, выход в те миры и пространства, которые невозможно было себе представить ранее.

4. **Трансгрессия этики.** Под каноном здесь понимается нравственно-этические и чисто литературные установки, которые ограничивают свободу пишущего человека и устанавливают границы жанра, стиля, языковой нормы. Языковые и этические нормы В. Сорокин нарушает давно. Это не только нецензурная лексика и ненормативные просторечия. Ради чего? Да просто для того, чтобы показать – «я это могу, и мне ничего от этого не будет». Изображение полового акта стало для писателя возможностью продемонстрировать возможности языка и соб-

ственную лингвистическую изощрённость и неуязвимость. Эротизм – одна из излюбленных тем писателя. Вариантов и версий такого рода трансгрессий много. Их всё больше в поздний период творчества.

5. **Трансгрессия литературной нормы.** Всё вышеперечисленное – это составные части общей стратегии разрушения литературного канона. Писатель признавался в том, что всегда чувствовал отвращение к литературе и к тому, как по-казённому её преподавали в школе, где развивалась стойкая неприязнь к тем духовным ценностям, которые заложены в русской литературе. И в своей собственной литературной практике для него важнейшее место занимает литературная форма. Его известный тезис о том, что литература – это просто буквы на бумаге, содержит большую долю лукавства и кокетства, но не лишено и правды. Просто мы вступаем здесь в область, которая требует тонкой логической работы. Отмахиваясь от содержания и идеологии, сосредоточившись на «лингвистическом эксперименте», создавая тексты, он не в силах полностью отказаться от идеологической природы литературы. Она приходит «сама», становится неотъемлемой частью его. Внутреннее противоречие В. Сорокина в том, что, с одной стороны, он сражается против литературы, с другой – сам становится её частью. В романе «Манарага» герой использует книги в качестве средства розжига для костра, на котором жарят мясо. Это демонстрация вызова не может означать автоматически отлучения его самого от литературы.

## ВЫВОДЫ

Борясь с нормативной литературой, В. Сорокин впитал в себя всё самое достойное, что создала русская литература. Но при всём этом В. Сорокин «вторичен», потому что источником его труда становится не жизнь, а исключительно литература. В. Сорокин мастер блестящей стилизации. Тому пример не только повесть «Метель» как своеобразная квинтэссенция русской литературы, но и другие тексты. Роман «Роман» (1994) – один из наиболее ярких примеров вызывающей

демонстрации своей способности нарушать все существующие нормы: текст, блестяще воспроизводящий стиль, язык, характеры, атмосферу XIX века, создаётся исключительно для того, чтобы столь же «блестяще» и демонстративно показать его пародийный характер и в итоге его «уничтожить». Финал романа, изобилующий эпатажными сценами массового убийства, всего лишь элемент *деконструкции*, которая имеет целью *дискредитацию* русской литературы. Специфика художественного конфликта В. Сорокина заключается в том, что писатель борется против литературы, создаёт анти-литературу, одновременно «паразитируя» на ней. Такой парадоксальный антиномизм является движущей силой его творчества (если можно этим словом охарактеризовать практику В. Сорокина), источником порождения его текстов. Писатель сначала «строит» здание, потом его «разрушает» на глазах у изумлённого (восхищённого или негодующего) читателя, декларируя ничтожность творчества. Язык становится средством и

способом уничтожения литературы как художественного *духовно-нравственного и эстетического* феномена.

Как мы видели выше, повесть «Метель» также обладает свойствами «вторичности», так как выросла из образцов классических текстов. И это не классический «образ», а, скорее, художественный «концепт», иллюстрирующий возможности «продукта» русской реалистической прозы XIX века, и с другой стороны, представляющий платформу для различных трансгрессий. Реализм – это источник и почва для трансгрессивных игр, создающих новые смыслы в новых условиях. Итак, внутреннее противоречие В. Сорокина не только не разрушительно, но даже «продуктивно», оно имеет конечным результатом новый постмодернистский продукт – лингвистическую дистопию. Трансгрессии В. Сорокина – это демонстрация того, как традиционная для литературы категория художественного конфликта обретает новую и, пожалуй, уникальную разновидность – «антихудожественного конфликта».

#### Список источников

1. Хабибуллина М.Н. «Очарованность Китаем»: образ транскультурного будущего в творчестве В. Сорокина // Уральский филологический вестник. Серия: Русская литература XX–XXI веков: направления и течения. 2014. № 4. С. 68–76. <https://elibrary.ru/sjlpjh>
2. Антипова Е.Н. Концепт «Метель» в русской языковой картине мира // Lingua mobilis. 2009. № 5 (19). С. 52–59. <https://elibrary.ru/msxzix>
3. Миллионщикова Т.А. Реферат: Нагина К.А. Метельные пространства русской литературы (XIX – начало XX в.). Воронеж: Наука-Юнипресс, 2011. 129 с. // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 7. Литературоведение. 2012. № 3. С. 49–56. <https://elibrary.ru/pddlcp>
4. Кобзева Н. Семантика образа метель в информационном поле текста // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2010. № 11. С. 37–41. <https://elibrary.ru/nawpyp>
5. Скорospelова Е.Б., Чаглыян Ш.К. Семантика и функции мотива метели в романе Б. Пастернака «Доктор Живаго» // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 4-2 (58). С. 41–44. <https://elibrary.ru/vobyyp>
6. Кучина Т.Г. Зимняя дорога: стиливая реконструкция метасюжета в повести «Метель» Владимира Сорокина // Ярославский педагогический вестник. 2012. № 1. С. 246–249. <https://elibrary.ru/pxhjhd>
7. Калинин И.А. Голубое сало языка. Металингвистическая утопия Владимира Сорокина // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2012. № 1. С. 215–220. <https://elibrary.ru/ownckd>

#### References

1. Khabibullina M.N. "The fascination by China": an image of transculture future in V. Sorokin's works. *Ural'skii filologicheskii vestnik. Seriya: Russkaya literatura 20–21 vekov: napravleniya i techeniya* = *Ural Philological Herald. Series Russian Literature of 20th–21st Centuries: Directions and Trends*, 2014, no. 4, pp. 68–76. (In Russ.) <https://elibrary.ru/sjlpjh>



2. Antipova E.N. Kontsept «Metel'» v russkoi yazykovoi kartine mira [The concept of “The Blizzard” in the Russian language picture of the world]. *Lingua Mobilis*, 2009, no. 5 (19), pp. 52-59. (In Russ.) <https://elibrary.ru/msxzix>
3. Millionshchikova T.A. Referat: Nagina K.A. Metel'nye prostranstva russkoi literatury (XIX – nachalo XX v.). Voronezh: Nauka-Yunipress, 2011. 129 s. [Abstract: Nagina K.A. Blizzard spaces of Russian literature (19th – early 20th century). Voronezh, Nauka-Unipress Publ., 2011, 129 p.]. *Sotsial'nye i gumanitarnye nauki. Otechestvennaya i zarubezhnaya literatura. Ser. 7. Literaturovedenie = Social Sciences and Humanities. Domestic and Foreign Literature. Series 7: Literary Studies*, 2012, no. 3, pp. 49-56. (In Russ.) <https://elibrary.ru/pddlcp>
4. Kobzeva N. Semantics of blizzard image in text's information field. *Vestnik Tambovskogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki = Tambov University Review: Series Humanities*, 2010, no. 11, pp. 37-41. (In Russ.) <https://elibrary.ru/nawpyp>
5. Skorospelova E. B., Chaglyan Sh.K. Semantics and functions of the motive of blizzard in Boris Pasternak's novel “Doctor Zhivago”. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki = Philology. Theory & Practice*, 2016, no. 4-2 (58), pp. 41-44. (In Russ.) <https://elibrary.ru/vobyyp>
6. Kuchina T. G. Winter road: stylistic reconstruction of snowstorm plot in “The Blizzard” by Vladimir Sorokin. *Yaroslavskii pedagogicheskii vestnik = Yaroslavl Pedagogical Bulletin*, 2012, no. 1, pp. 246-249. (In Russ.) <https://elibrary.ru/pxhjhd>
7. Kalinin I.A. Goluboe salo of language. Vladimir Sorokin's meta-lingual utopia. *Vestnik Permskogo universiteta. Rossiiskaya i zarubezhnaya filologiya = Perm University Herald. Russian and Foreign Philology*, 2012, no. 1, pp. 215-220. (In Russ.) <https://elibrary.ru/ownckd>

#### Информация об авторах

**Коваленко Александр Георгиевич**, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой русской и зарубежной литературы. Российский университет дружбы народов им. Патриса Лумумбы, г. Москва, Российская Федерация, <http://orcid.org/0000-0002-6747-285X>, [ak-taurus@mail.ru](mailto:ak-taurus@mail.ru)

**Вклад в статью:** концепция исследования, редактирование и обработка материала.

**Ху Цзяжуй**, аспирант, кафедра русской и зарубежной литературы. Российский университет дружбы народов им. Патриса Лумумбы, г. Москва, Российская Федерация, <http://orcid.org/0009-0001-8383-4486>, [10415042265@qq.com](mailto:10415042265@qq.com)

**Вклад в статью:** поиск и анализ литературы, написание текста статьи.

Конфликт интересов отсутствует.

Поступила в редакцию 05.04.2023

Поступила после рецензирования и доработки 29.09.2023

Принята к публикации 12.10.2023

#### Information about the authors

**Alexander G. Kovalenko**, Dr. habil. (Philology), Professor, Head of Russian and Foreign Literature Department, Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba, Moscow, Russian Federation, <http://orcid.org/0000-0002-6747-285X>, [ak-taurus@mail.ru](mailto:ak-taurus@mail.ru)

**Contribution:** study conception, material editing and processing.

**Jiarui Hu**, Post-Graduate Student, Russian and Foreign Literature Department, Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba, Moscow, Russian Federation, <http://orcid.org/0009-0001-8383-4486>, [10415042265@qq.com](mailto:10415042265@qq.com)

**Contribution:** literature search and analysis, manuscript text drafting.

There is no conflict of interests.

Received April 5, 2023

Approved after reviewing and revision

September 29, 2023

Accepted October 12, 2023



НАУЧНАЯ СТАТЬЯ / ORIGINAL ARTICLE

УДК / UDC 82-93

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-845-854>


Шифр научной специальности 5.9.1

## Трансформация сюжета трагедии А.С. Пушкина «Моцарт и Сальери» в повести Н. Дашевской «День числа Пи»

Светлана Юрьевна ЖУТОВА , Наталия Владимировна СОРОКИНА  

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина»

392000, Российская Федерация, г. Тамбов, ул. Интернациональная, 33

 [sorok\\_tam@rambler.ru](mailto:sorok_tam@rambler.ru)

**Аннотация.** Рассмотрены пути отражения классических текстов в современной литературе на примере повести «День числа Пи» Н. Дашевской, адресованной читателям-подросткам. Показано, как произведение построено на аллюзии к трагедии «Моцарт и Сальери» А.С. Пушкина. Раскрыта специфика нового типа героя, сформированного в контексте традиций с учётом представлений о личности современного подростка. Описано соотношение сюжета о Моцарте и Сальери с литературным героем нового времени. В образах главных героев-антагонистов повести Н. Дашевской – Льва Иноземцева и Кирилла Комлева – подчеркнуто сочетание положительных и отрицательных черт. Охарактеризованы приёмы создания в произведении образа одарённого подростка, определена специфика художественного воплощения пути его социализации, адаптации в школьном коллективе. Выделен ряд отличий книги современного автора от классического произведения, подчеркнуто стремление писателя создать у молодых читателей потребность в необходимости знакомства с первоисточником. Определены композиционные особенности повести «День числа Пи»: деление на две равные по объёму части, повествование от лица разных героев, фрагментарность дневникового повествования. Обозначена практическая значимость исследования, возможность использования результатов в школьном преподавании литературы как одного из средств повышения читательского интереса старшеклассников к классической русской литературе.

**Ключевые слова:** классические сюжеты, пушкинские реминисценции, «Моцарт и Сальери», «День числа Пи» Н. Дашевской, новый тип героя, современный подросток, рефлексизирующий герой, проблемы самореализации

**Для цитирования:** Жутова С.Ю., Сорокина Н.В. Трансформация сюжета трагедии А.С. Пушкина «Моцарт и Сальери» в повести Н. Дашевской «День числа Пи» // Неофилология. 2023. Т. 9. № 4. С. 845-854. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-845-854>




Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



## Plot transformation of “Mozart and Salieri” tragedy by A.S. Pushkin in the story “Pi Day” by N. Dashevskaya

Svetlana Y. ZHUTOVA , Nataliya V. SOROKINA  

Derzhavin Tambov State University  
33 Internatsionalnaya St., Tambov 392000, Russian Federation  
 [sorok\\_tam@rambler.ru](mailto:sorok_tam@rambler.ru)

**Abstract.** The ways of reflecting classical texts in modern literature on the example of the story “Pi Day” by N. Dashevskaya addressed for teenage readers are considered. It is shown how the creation is formed on the allusion to the tragedy “Mozart and Salieri” by A.S. Pushkin. The specificity of a new type of hero, developed in the context of traditions, taking into account the ideas about modern teenager personality is revealed. The correlation of the plot about Mozart and Salieri with the literary hero of the new time is described. In the main antagonists’ images of N. Dashevskaya’s story – Lev Inozemtsev and Kirill Komlev – the positive and negative features combination is emphasized. The methods of gifted teenager image formation in the creation are characterized, the artistic embodiment specificity of his socialization, adaptation way in the school community is determined. Differences number of the modern author’s book from the classical creation are highlighted, the writer’s desire to form in young readers the need to have a look at the source material is emphasized. The compositional features of the story “Pi Day” are defined: division into two equal parts, narration on behalf of different characters, fragmentary day-night narration. The practical significance of the research, the results using possibility in literature school teaching as a way of increasing the high school students reading interest to the classic Russian literature is outlined.

**Keywords:** classical plots, Pushkin reminiscences, “Mozart and Salieri”, “Pi Day” by N. Dashevskaya, new type of hero, modern teenager, reflective hero, self-actualization problems

**For citation:** Zhutova, S.Y., & Sorokina, N.V. Plot transformation of “Mozart and Salieri” tragedy by A.S. Pushkin in the story “Pi Day” by N. Dashevskaya. *Neofilologiya = Neophilology*, 2023;9(4):845-854. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-845-854>



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



### ВВЕДЕНИЕ

Проблема рецепции классических произведений в современной литературе всегда актуальна. Формы восприятия и преобразования литературных текстов варьируются от традиционного цитирования, упоминания, сюжетного заимствования, реминисценций и аллюзий до подражания, пародирования. В настоящее время исследователи наиболее активно обращаются к этому вопросу в связи с анализом постмодернистской литературы, декларативно опирающейся на художественные тексты писателей-предшественников [1–3].

Трагедия А.С. Пушкина «Моцарт и Сальери» (1830) занимает особое место в мировой литературе и культуре. Сюжет продолжает привлекать писателей, исследованием поэтики занимаются литературоведы, нравственно-этические вопросы рассматривают философы, педагоги, музыкальный пласт интересует культурологов, музыкантов [4–6]. Вневременность, вечность темы «гений и злодейство», «галант и труд», «признание и зависть» делают пушкинскую трагедию востребованным и необходимым произведением. К «Моцарту и Сальери» обращаются «читатели разных эпох, в большин-

стве своём не гении и не злодеи, но все, как один, к этому сюжету причастные, благодаря чему его смысл постепенно проступает во времени<sup>1</sup>, потому что значение этой «маленькой трагедии» «определяется высочайшими поэтическими достоинствами, глубокой философско-этических обобщений и таким проникновенным раскрытием образа великого мастера, какого мы не найдём ни в одном из известных нам литературных произведений, героями которых являются писатели, музыканты, художники и зодчие» [7, с. 237]. И сегодня актуально утверждение В.С. Непомнящего, высказанное в 1997 г.: «едва ли в мировой художественной литературе можно найти произведение, содержание которого, будучи столь же универсальным, столько же бездонным, вмещалось бы при этом в столь исчезающе малый объём; где столь необъятная творческая энергия воплощала бы себя так аскетически сжато, с такой непринуждённой свободой, в такой идеально гармонической устроенности» [8, с. 7].

Процесс осмысления трагедии А.С. Пушкина «Моцарт и Сальери» шёл долгие годы, литературоведы углублялись в исследование двух типов личности, представленных в небольшом по объёму произведении именами европейских композиторов. В интерпретации произведения традиционно доминирует тема гения и злодейства/зависти как несовместимых нравственных принципов человеческой. Реальный и литературно-пушкинский Моцарт одарён и гениален, что не вызывает сомнений у исследователей, поэтому основной фокус внимания, как правило, сосредоточен на противоречивом образе Сальери: «у одних он безусловно искренен, у других – бесконечно лжив, у одних – завистлив от природы, у других – не в этом дело, или не очень завистлив. То он трагичен, то смешон, то логика у него железная, то «сбивчивая»; то правда ему не нужна, то нужна позарез, и прочее» [8, с. 10].

На протяжении двух веков феномен гениальности и злодейства в одном человеке находил отражение в произведениях рус-

ских и зарубежных писателей. Достаточно назвать «Мастер и Маргарита», «Собачье сердце» М.А. Булгакова, «Парфюмер» П. Зюскинда и др.

## ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Тенденция отражения классических сюжетов сохраняется не только в произведениях, ориентированных на взрослого читателя, но и в детско-юношеской литературе, прошедшей в России довольно длинный путь: от отрицания её как самостоятельной литературы до отдельного культурного феномена. Современная литература даёт читателю ответы на вопросы нового времени, раскрывает образ рефлексующего героя, подростка XXI века. Сегодня литературоведы и учителя рекомендуют идти к пониманию классических текстов именно от современной подростковой литературы, которая входит в круг чтения детей. Показательно, что в обновлённой в 2021 г. школьной программе по литературе появились книги современных писателей, в том числе произведения Н. Дашевской (род. 1979) как одной из ярких представительниц отечественной словесности.

Современная литература отражает классические тексты, придавая им иное звучание, добавляя в них нового героя и новые проблемы. За основу может быть взят конфликт, отражённый в произведениях предыдущих столетий, но своё раскрытие он получает не только через сюжетобразующие элементы, но и через рефлексующего главного героя. Подростково-юношеская литература, создаваясь в рамках нового века и иных культурных ценностей и традиций, подчёркивает специфику личности, соотносящейся с этим временем. Писатели отражают целый комплекс проблем, связанных со становлением личности. Звенья этого комплекса сопряжены, прежде всего, с самореализацией, самоидентичностью и механизмом адаптации молодёжи во взрослую жизнь. Одним из существенных достижений детской литературы последних десятилетий стала возможность прямого разговора с читателями на «взрослые» темы, ранее считавшиеся неподходящими и чуждыми наивной детской среде.

<sup>1</sup> *Сурат И.* Сальери и Моцарт // Новый мир. 2007. № 6. URL: [https://magazines.gorky.media/novyi\\_mi/2007/6/saleri-i-mocart.html?ysclid=lm5v054ehb13520682](https://magazines.gorky.media/novyi_mi/2007/6/saleri-i-mocart.html?ysclid=lm5v054ehb13520682) (дата обращения: 28.04.2023).

Традиционная школьная программа основывается на классической литературе, которая ориентирована на взрослого читателя и освещает уклад жизни и быта прошлых веков, где существовало строгое социальное расслоение с ограниченным кругом профессий и социальных ролей, а человек был лишён возможности выбрать индивидуальную траекторию развития. Как замечает Б.А. Ланин, на уроках литературы «обсуждаются проблемы ушедших поколений, методическая инерция поддерживает на плаву произведения, давно ушедшие в специальную историю литературы для профессионалов» [9, с. 58]. Таким образом, у школьника после изучения классики остаются вопросы о том, как действовать в новых реалиях. Может ли случиться такое, что ребёнок в двенадцать лет хочет оставаться наблюдателем, а не великим учёным или музыкантом, как это случилось с героем повести Н. Дашевской «Поиск звука. Творогов»; или ребёнок не готов сделать выбор, потому что на своей скорости ему сложно принять решение, как герою книги «Я не тормоз». Или окажется, что он недостаточно талантлив и ему приходится мириться с этим, как герою книги «День числа Пи». Н. Дашевская отвечает на запрос читателя и даёт ему толчок для размышлений, расширяет границы для дискуссий и новых вопросов между ребёнком и взрослыми.

В повестях Н. Дашевской отсутствует привычная завязка, кульминация и развязка. Герой всегда самостоятельный, его действия не предсказуемы, но при этом каждый шаг подчиняется причинно-следственным связям, выстроенным в соответствии с его индивидуальным восприятием действительности и сложившейся собственной картиной мира. Герой-ребёнок много думает и размышляет.

Повесть «День числа Пи» (2018) особенно интересна тем, кто увлекается или профессионально занимается музыкой. Музыка пронизывает все страницы книги, причудливо сплетается в сознании героев и читателей с природой и математикой, ведь, как утверждает герой, «на самом деле колебания звуков вписываются в математические форму-

лы»<sup>2</sup>, то есть возможность «поверить алгеброй гармонию» реальна.

Цель данного исследования – выяснить, каким образом пушкинская тема «Моцарт и Сальери» реализована в повести Н. Дашевской «День числа Пи» в целях создания образов современных подростков.

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Композиционно повесть Н. Дашевской «День числа Пи» разделена на две равные по объёму части – «День числа Пи» и «Сальери», в каждой из которых повествование почти об одних и тех же событиях ведётся от лица разных героев. Выбор именно такой, дневниковой, формы добавляет чувство сопричастности, читатель видит полностью героя, его мысли и чувства и, имея мнение двух сторон, лучше понимает ситуацию.

Повесть «День числа Пи» при начале прочтения не даёт основания связать её с трагедией А.С. Пушкина «Моцарт и Сальери». Достаточно сказать, что впервые имя Моцарта появляется только на тридцать шестой странице («У меня будет своя система; другие люди её не будут знать. Но будут ощущать, что она есть. Ведь не обязательно знать про тонику-доминанту, чтобы любить Моцарта, например» (с. 36)) без прямого соотнесения с пушкинским творением и вплоть до второй части не повторяется. Имя Сальери как отсылка к историко-музыкальной легенде и пушкинскому тексту возникает только во второй части, начиная с заглавия. Подразумевается, что если вторая часть дилогии – «Сальери», то первая, исходя из соотнесённости с пушкинским произведением, должна повествовать о Моцарте. Таким образом становится понятно, что в роли Моцарта выступает автор записей первой части – Лев Иноземцев.

Название первой части «День числа Пи», совпадающее с заглавием целой повести, сопряжено с математикой и музыкой, которые объединяет главный герой – талантливый семиклассник, чья говорящая фамилия – Иноземцев – уже содержит точную его ха-

<sup>2</sup> Дашевская Н.С. День числа Пи. М.: Самокат, 2022. С. 12. В дальнейшем цитируется это издание с указанием страниц в тексте.

рактистику. Он обладает индивидуальным, *иным*, видением и восприятием реального, *земного*, мира. Например, в перечень десяти вещей, которые ему нравятся, он включил слова из нечётного количества букв, числа 23 и 7, фракталы, числа Фиббоначи и т. п. Математика для него, включая и число Пи ( $\pi = 3,14\dots$ ), – это своеобразная музыка: «<...> Просто это число хорошо организовано. В нём есть система, которую мы не понимаем, не видим. Тут есть что-то непонятное – как будто мы видим только то, что снаружи... музыка. Музыка тоже организована непонятно» (с. 80). А день числа Пи – это неофициальная дата, признанная в среде математиков: «Просто дата совпадает с числом «пи», с первыми знаками. Три целых четырнадцать сотых – а сегодня четырнадцатое марта, третий месяц» (с. 77).

Н. Дашевская выводит в качестве главного героя (с учётом того, что первая часть книги – его размышления в большей степени о собственной жизни, об окружающих, а вторая часть – записи его одноклассника, по преимуществу посвящённые ему же – Иноземцеву) одарённого блестящими математическими способностями, тонко чувствующего музыку школьника, который нередко вызывает недоумение своей эмоциональностью, внешней отстранённостью, замкнутостью. Но он не стремится приспособиться к общему мнению. Одарённость и особенности поведения Иноземцева в школе видели все и принимали это за странность, как и его нестандартное мышление и внешний вид (Иноземцев, к примеру, носил, вопреки правилам, любимые им терракотовые штаны). Такая модель поведения свойственна нестандартно развивающимся, талантливым детям: «Гениальность может сопровождаться любой патологией. <.... Гений дорого платит за свою гениальность. <...> Тем, что ему тяжело в этом мире. Он с самого начала не такой, как все. Он находится под разнообразным прессингом. Например, ему могут внушать, что он умственно неполноценный (так как другой). <...> Гениев, которые с точки зрения обывателя были бы «нормальными», практи-

чески не существует»<sup>3</sup>. Одноклассники сторонились мальчика, поэтому друзей у него не было, а потенциальный враг, завидовавший его успехам, был: Кирилл Комлев становится антагонистом Иноземцева, уступающим ему в таланте. Он не принимает Лёву из-за его странного поведения, отчасти завидуя его таланту, позволяет себе ругательства, которые не обижают Иноземцева, а вызывают невыносимую боль, рождающуюся из-за цветного слуха: «Это слово похоже на птицу, на «удода». Только вторая буква – «р». Я не могу его написать, не могу его слышать. Это какой-то взрыв фиолетового и коричневого цветов; причём таких оттенков, что это совершенно невыносимо и хочется орать только от того, что я представил это» (с. 22).

Иноземцев с самого детства имеет абсолютный слух. При этом подросток знает, что каждый звук имеет определённую частоту и измеряется в Герцах, а колебания звуков вписываются в математические формулы: «Музыка структурирует время с помощью звуковых волн» (с. 11). Весь окружающий мир герой представляет музыкальными категориями: самолёт оставил след высоко в небе – это фа-диез (с. 18); омут – «соль-диез минор, потому что с укропом» (с. 45); мелодия лица может переходить «из мажора в минор и обратно» (с. 39). К тому же все звуки в его картине мира имеют цвет. Иноземцев думал, говорил не только на языке музыки, но и на языке цвета; он полагал, что нота обозначает определённый цвет и что цвета так же, как аккорды, должны складываться в гармонию, сочетаться между собой. Такое восприятие казалось для него совершенно естественным и присущим всем людям. Как Моцарт в трагедии Пушкина, Иноземцев обладает уникальным даром, «проверяет алгеброй гармонию», что роднит его и с пушкинским Сальери: «Поверил Я алгеброй гармонию»<sup>4</sup>. Герой

<sup>3</sup> Черниговская Т.В. Ум и одарённость зачастую передаются по наследству. URL: <https://rg.ru/2017/04/17/cherigovskaia-um-i-odarennost-zachastuiu-peredaiutsia-po-nasledstvu.html?ysclid=lmj2e7f5s7728005360> (дата обращения: 25.04.2023).

<sup>4</sup> Пушкин А.С. Моцарт и Сальери // Пушкин А.С. Полное собрание сочинений: в 10 т. Л.: Наука, 1978. Т. 5. Евгений Онегин и драматические произведения. С. 306.



сочетает в себе черты двух пушкинских персонажей.

В каждой книге Н. Дашевской появляется взрослый, который помогает подростку. Это не надзиратель и тем более не враг. Он и не из тех, кто настойчиво пытается помочь ребёнку разобраться с его проблемами. Своим присутствием он наставляет и помогает подростку понять себя. Сложить в жизни музыку, математику и цвет Иноземцеву помогает Рома, студент музыкального училища. Он лишь показал, как всё устроено, и Лёва осознал, что звуки действительно находятся в математических отношениях. Именно Рома определил «цветной» слух Иноземцева, сравнив его со Скрябиным, написавшим световую партитуру к поэме «Прометей», и Набоковым, видевшим буквы цветами (с. 18).

Вторая часть повести «День числа Пи» – «Сальери» – написана от лица Кирилла Комлева, талантливого, способного, но не гениального, как Иноземцев. Резкая перемена точек зрения добавляет динамичность сюжету, при такой композиции автор усиливает конфликт «гения и злодейства». Кирилл не хочет быть среднестатистическим и переживает из-за собственной типичности. Комлев не чувствует музыку, как Иноземцев, весь его успех строится на кропотливом труде и изучении теории: «Алгеброй проверить гармонию. Но именно проверить, а не создать! Музыка не математика. Вначале никакой алгебры нет! Есть чистый звук. А потом – что плохого в теории музыки? Ведь зачем-то придумали её! Тут всё вместе работает: и чувство, и разум; и эмоции, и логика. Неужели настоящий Моцарт не знал теории? Знал!» (с. 119). На детском уровне воспроизводятся сомнения Сальери, в совершенстве овладевшего теорией и техникой музыкального искусства, но не имевшим глубокого вдохновенного дара, каким обладал Моцарт:

Ремесло

Поставил я подножием искусству;  
Я сделался ремесленник: перстам  
Придал послушную, сухую беглость  
И верность уху. Звуки умертвив,  
Музыку я разъял, как труп. Поверил  
Я алгеброй гармонию. Тогда

Уже дерзнул, в науке искушённый,  
Предаться неге творческой мечты<sup>5</sup>.

С большим сожалением, отчаянием Комлев признаёт, что Иноземцев талантливее: «Живёшь себе, думаешь, что ты талантливый человек. Ну конечно, не такой великий – но всё же особенный, у тебя в голове стихи и музыка, это ведь не у всех! А потом появляется Моцарт. И всё летит к чёрту. <...> Тяжело понять, что ты Сальери. Особенно если сам метил в Моцарты» (с. 119, 120).

Только так – Моцарт – и называет Кирилл Комлев Льва Иноземцева. Оппозиция «Моцарт – Сальери» возникает именно в сознании Кирилла. Он ощущает себя современным Сальери – не отравителем, а достаточно талантливым и признанным музыкантом до прихода Моцарта, то есть Иноземцева. Комлева раздражает каждая победа Иноземцева, ведь поражение он принимает на свой счёт. И обида растёт: все принимают эмоциональный характер Иноземцева-Моцарта, странности, чем убеждают его в непогрешимости.

Н. Дашевская прослеживает сложный путь формирования отношений между героями-антагонистами, показанными как современные юные Моцарт и Сальери. В данном случае можно утверждать, что писательница, развивая пушкинскую тему, показывает действительную несовместимость «гения и злодейства». От соперничества подростки-герои приходят к взаимопониманию.

Рассуждая о Моцарте и Сальери, Кирилл понимает, что убийство было легендой, а Сальери – неплохой композитор, но абсолютно несчастный человек. Он постоянно размышляет о трагической судьбе двух гениев: «Моцарт бы всё равно умер рано или поздно. А на Сальери повесили убийство. И ему с этим жить. То есть не жить, конечно, но всё равно: тащить на себе вот эту огромную несправедливость. И никому ничего не докажешь!» (с. 120). Если бы не Моцарт, то музыку Сальери могли бы признать гениальной. И такой потенциальный вариант позволяет «перевернуть» историю Моцарта и

<sup>5</sup> Пушкин А.С. Моцарт и Сальери // Пушкин А.С. Полное собрание сочинений. С. 306.

Сальери, сделав акцент не на версии отравления Моцарта, а на его косвенном, но принципиально важном влиянии на судьбу Сальери, сопоставимым с убийством – творческим. В таком случае уже Моцарт становится злодеем: «Бедный, бедный Сальери. Как я его понимаю. Можно сказать, это Моцарт убил Сальери. Не специально, конечно; он тоже не виноват. Убийство по неосторожности. Но не физическое, а хуже. Если бы не Моцарт, музыку Сальери спокойно играли бы, не так часто, конечно, как Моцарта. Но тоже любили бы, и никто бы не говорил, что он плохой композитор» (с. 120).

Н. Дашевская показывает и Комлева как «не такого, как все», что уравнивает его с Иноземцевым. В первой части дилогии, в дневниковых записях Иноземцева, характеру и поступкам Комлева уделено мало места. И только в откровенных записях второй части, от лица самого Комлева, можно увидеть, какие, оказывается, драматические отношения складывались между одноклассниками, как глубоко задумывался над вечными вопросами подросток. Добровольно приняв на себя роль Сальери, Комлев всё-таки стремится понять Иноземцева и в нужный момент приходит ему на помощь (не даёт заблудиться на экскурсии по Петербургу), получая и от него буквальную «руку помощи» (Лёва помогает выбраться из воды, куда сам же нечаянно толкнул Кирилла). Он как будто прозрел: «И я вдруг обнаруживаю, что моя злость на него прошла. Абсолютно. Меня даже не раздражает его пение. Он просто испуганный ребёнок, и всё. Он... он хрупкий. Ведь если бы он остался один, в чужом городе – испугался бы. Вдруг в нём бы что-то сломалось? Внутри? <...> Может, я, Кирилл Комлев, нужен только для того, чтобы спасти Моцарта? Вот сейчас: подхватить и не дать ему сломаться?» (с. 170); «Кажется, я никогда ещё не был так счастлив. Свободен и счастлив» (с. 172).

Предназначение современного Сальери – не погубить, а спасти гениального Моцарта, который плохо ориентируется в окружающем мире, думая только о музыке, переводя все явления в музыкальные регистры. В конце повести даётся иное, изменённое представление о Сальери: «Не всегда же нужно

писать гениальную музыку. Иногда достаточно просто смотреть» (с. 194).

В повести Н. Дашевской, в отличие от «маленькой трагедии» А.С. Пушкина, присутствует дружески-любовный мотив. Одной из первых решается подружиться с Иноземцевым одноклассница Соня, которую герой удивил своими познаниями в математике. Общение с Соней становится толчком для внутренних изменений героя. Даже неосознанные чувства герой начинает испытывать, переводя их в музыкальные категории: «У неё необычное лицо, я это заметил впервые: её лицо как мелодия. То есть я многие вещи представляю в звуке, но чтобы человек! Никогда такого не было. Я рассматриваю Сонино лицо, и мелодия звучит всё громче» (с. 38). С девочкой, понявшей нестандартность мышления и поведения талантливого одноклассника, они сначала обменивались только сообщениями в соцсетях. Но в один из дней она публично встала на защиту Иноземцева, а затем объяснила, что и Кирилл Комлев любит стихи и играет на виолончели, он не злой, просто не понимает «необыкновенных». Именно в помощь Сальери-Комлеву дана история с Соней. Тема первой влюблённости одновременно осложняет и упрощает конфликтность ситуации. Соня стала связующим звеном между Комлевым и Иноземцевым, она даёт понять Кириллу, отчего же Иноземцев не ведёт себя «как обычный человек», и объясняет, почему так важно его поддержать: «Он умный, интересный, но у него... у него другая операционная система. Нужен адаптер» (с. 191). Мудрая девочка понимает самооценку каждого человека, необыкновенность по отношению к другим: «Он конечно, необыкновенный, но из него такой же Моцарт, как... Как из тебя Сальери. Зачем ты вообще сравниваешь? Ты – это ты» (с. 193). О мотиве социализации одарённого ребёнка и мотиве одиночества в мире ровесников подробно рассуждала Н.Е. Кутейникова: «По большому счёту, все дети в произведении Н. Дашевской приходят к тому же выводу, что и Лёва Иноземцев: «То есть странный не я, а люди вокруг. Но их большинство; так что приходится играть по их правилам» [10, с. 39].

Повесть Н. Дашевской, как и полагается детской литературе, написана в соответствующем подростково-юношескому возрасту синтаксису, о чём уже писалось [11, с. 126]. Писательница использует короткие предложения. Чувства, недоумения, восхищение и обиду героев Н. Дашевская передаёт в типичной для подростков категорично-эмоциональной форме. Небольшие фрагменты текста разделены типографскими пробелами или символами-звёздочками.

### ВЫВОДЫ

Таким образом, обращение Н. Дашевской к трагедии А.С. Пушкина «Моцарт и Сальери» вызвано не стремлением современного писателя подражать классике, не попыткой превзойти или поспорить с ним. Пушкинская тема даёт возможность воплощения двух разных характеров современных подростков, их противопоставления и сопоставления в рамках увлечения музыкой как сферой творчества. Вечный сюжет о Моцарте и Сальери отражается в сознании современного подростка. Музыка помогает понять мир молодого поколения.

Сюжет Пушкина о Моцарте и Сальери, через историю героев Дашевской – Иноземцева и Комлева, – приобретает новое звучание. Сохраняя общую линию в адаптированном для подростково-юношеского восприятия варианте, автор нанизывает на него темы современного мира, так появляется, к примеру, тема школьной вражды и буллинга. При этом слова «буллинг», «травля» не появляются в тексте, и повесть не выглядит как поучение. Несмотря на то, что динамику повести придают композиция и речь героев-подростков, сюжет практически лишён со-

бытий, основные изменения у героев происходят не в жизни, а в их внутреннем мире. Акцентируя внимание на абсолютной начальной противоположности и разобщённости двух семиклассников, автор стремится показать читателю-подростку, соотносящему себя с героем, те ресурсы, которые могут послужить поддержкой и залогом формирования доброжелательных отношений со сверстниками, помогут найти контакт друг с другом и понять неповторимость каждой личности и её право на уважение.

За счёт приближённости сюжета к возрасту читателя у адресата-подростка складывается полное понимание прочитанного, а за счёт необычной композиции появляется заинтересованность в чтении. Это создаёт эффект зоны ближайшего развития читательской компетенции. В последующем подросток способен к анализу темы «гений и злодейство» не только в произведении А.С. Пушкина.

Резонно рассматривать повесть Н. Дашевской «День числа Пи» как серьёзную попытку показать жизненность литературной классики, привлечь внимание современных школьников, в большинстве своём не проявляющих активного интереса к произведениям прошлых столетий, на возможность проведения параллелей между «веком нынешним и веком минувшим», тем самым утверждая вечность философско-этических представлений о взаимоотношении людей, о характере творчества и сложности судеб талантливых личностей. Однако полноценное понимание сюжета и идеи повести Н. Дашевской возможно лишь при знании литературного «первоисточника» – одной из «маленьких трагедий» А.С. Пушкина «Моцарт и Сальери».

### Список источников

1. Борзило О.С. Игра с классикой в культуре постмодерна // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. 2017. № 3 (16). С. 10-12. <https://elibrary.ru/zxnvhp>
2. Аминева Е.С. Теоретические аспекты проблемы интерпретации классической традиции в постмодернистском тексте (случай Дж. Фаулза) // Вестник Приамурского государственного университета им. Шолом-Алейхема. 2021. № 2 (43). С. 9-24. <https://doi.org/10.24412/2227-1384-2021-243-9-24>, <https://elibrary.ru/jpqczz>

3. Маркина Е.Е., Костина М.В. Феномен постмодернизма в новейших научных исследованиях // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 2-2. <https://elibrary.ru/uzjbef>
4. «Моцарт и Сальери», трагедия Пушкина. Движение во времени. 1840-е – 1990-е гг.: в 8 т. / сост. В.С. Непомнящий. М., 1997. Т. 3. 944 с. <https://elibrary.ru/wbhgjt>
5. Кузичева М. Пушкин и Моцарт: к вопросу о родстве поэтик // Вопросы литературы. 2014. № 2. С. 272-309. <https://elibrary.ru/txtcpv>
6. Толстогозов П.Н. Трагедия «Моцарт и Сальери»: феноменология и культурология конфликта // Научный диалог. 2018. № 9. С. 192-202. <https://doi.org/10.24224/2227-1295-2018-9-192-202>, <https://elibrary.ru/gnxjgz>
7. Бэлза И.Ф. Моцарт и Сальери: (Об исторической достоверности трагедии Пушкина) // Пушкин: Исследования и материалы: в 15 т. Москва; Ленинград: Изд-во АН СССР, 1962. Т. 4. С. 237-266.
8. Непомнящий В.С. Собрание трудов: в 5 т. М.: Изд. центр МГИК, 2019. Т. 5. 592 с.
9. Ланин Б.А. Современная литература в школе XXI века // Проблемы современного образования. 2010. № 5. С. 55-60. <https://elibrary.ru/ntlzzl>
10. Кутейникова Н.Е. Одарённые дети в реалиях жизни и художественной литературе XXI века: Нина Дашевская. «День числа Пи». VII–IX классы // Литература в школе. 2019. № 2. С. 37-40. <https://elibrary.ru/cxhufx>
11. Жутова С.Ю., Сорокина Н.В. Повесть Е. Басовой «Подросток Ашим»: школьник и педагог в современном цифровом мире // Литература в школе. 2023. № 2. С. 118-128. <https://doi.org/10.31862/0130-3414-2023-2-118-128>, <https://elibrary.ru/gbidrp>

## References

1. Borzilo O.S. Game with classics in postmodern culture. *Vestnik Omskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta. Gumanitarnye issledovaniya = Review of Omsk State Pedagogical University. Humanitarian Research*, 2017, no. 3 (16), pp. 10-12. (In Russ.) <https://elibrary.ru/zxnvhp>
2. Amineva E.S. Theoretical aspects of the interpretation problem of the classical tradition in the post-modern text (case of J. Fowles). *Vestnik Priamurskogo gosudarstvennogo universiteta im. Sholom-Aleichema = Bulletin of Sholom Aleichem Priamur State University*, 2021, no. 2 (43), pp. 9-24. (In Russ.) <https://doi.org/10.24412/2227-1384-2021-243-9-24>, <https://elibrary.ru/jpqczz>
3. Markina E.E., Kostina M.V. The phenomenon of postmodernism in the latest scientific research. *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya = Modern Problems of Science and Education. Surgery*, 2015, no. 2-2. (In Russ.) <https://elibrary.ru/uzjbef>
4. Nepomnyashchii V.S. (ed.-compiler). «Motsart i Sal'eri», tragediya Pushkina. Dvizhenie vo vremeni. 1840-e – 1990-e gg.: v 8 t. [“Mozart and Salieri”, Pushkin’s Tragedy. Movement in Time. 1840s – 1990s: in 8 vols.]. Moscow, 1997, vol. 3, 944 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/wbhgjt>
5. Kuzicheva M. Pushkin i Motsart: k voprosu o rodstve poetik [Pushkin and Mozart: to the question of kinship of poetics]. *Voprosy literatury* [Questions of Literature], 2014, no. 2, pp. 272-309. (In Russ.) <https://elibrary.ru/txtcpv>
6. Tolstoguzov P.N. Tragedy “Mozart and Salieri”: conflict phenomenology and culturology. *Nauchnyi dialog = Nauchnyi Dialog*, 2018, no. 9, pp. 192-202. (In Russ.) <https://doi.org/10.24224/2227-1295-2018-9-192-202>, <https://elibrary.ru/gnxjgz>
7. Belza I.F. Motsart i Sal'eri: (Ob istoricheskoi dostovernosti tragedii Pushkina) [Mozart and Salieri: (On the Historical Reliability of Pushkin’s Tragedy)]. *Pushkin: Issledovaniya i materialy: v 15 t.* [Pushkin: Research and Materials: in 15 vols.]. Moscow, Leningrad, USSR Academy of Sciences Publ., 1962, vol. 4, pp. 237-266. (In Russ.)
8. Nepomnyashchii V.S. *Sobranie trudov: v 5 t.* [Collected Works: in 5 vols.]. Moscow, Publishing Center Moscow State Institute of Culture, 2019, vol. 5, 592 p. (In Russ.)
9. Lanin B.A. Sovremennaya literatura v shkole XXI veka [Modern literature in the school of the 21st century]. *Problemy sovremennogo obrazovaniya = Problems of Modern Education*, 2010, no. 5, pp. 55-60. (In Russ.) <https://elibrary.ru/ntlzzl>
10. Kuteinikova N.E. Gifted children in the realities of life and in fiction of the 21st century: Nina Dashevskaya “Pi Day”. 7–9 grades. *Literatura v shkole = Literature at School*, 2019, no. 2, pp. 37-40. (In Russ.) <https://elibrary.ru/cxhufx>

11. Zhutova S.Yu., Sorokina N.V. "Teenager Ashim" by E. Basova: a schooler and a teacher in the modern digital world. *Literatura v shkole = Literature at School*, 2023, no. 2, pp. 118-128. (In Russ.) <https://doi.org/10.31862/0130-3414-2023-2-118-128>, <https://elibrary.ru/gbidrp>

#### Информация об авторах

**Жутова Светлана Юрьевна**, аспирант, кафедра русской и зарубежной литературы, Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина, г. Тамбов, Российская Федерация, <https://orcid.org/0009-0009-2728-0659>, [zhutovasv@mail.ru](mailto:zhutovasv@mail.ru)

**Вклад в статью:** общая концепция статьи, анализ художественного текста, написание части статьи.

**Сорокина Наталия Владимировна**, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры русской и зарубежной литературы, Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина, г. Тамбов, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0002-4449-938X>, [sorok\\_tam@rambler.ru](mailto:sorok_tam@rambler.ru)

**Вклад в статью:** подбор литературы, написание части статьи, обработка и редактирование материала, окончательное одобрение рукописи.

Конфликт интересов отсутствует.

Поступила в редакцию 17.06.2023  
Поступила после рецензирования 06.09.2023  
Принята к публикации 14.09.2023

#### Information about the authors

**Svetlana Y. Zhutova**, Post-Graduate Student, Russian and Foreign Literature Department, Derzhavin Tambov State University, Tambov, Russian Federation, <https://orcid.org/0009-0009-2728-0659>, [zhutovasv@mail.ru](mailto:zhutovasv@mail.ru)

**Contribution:** main study conception, fiction text analysis, part of article drafting.

**Nataliya V. Sorokina**, Dr. habil. (Philology), Professor, Professor of Russian and Foreign Literature Department, Derzhavin Tambov State University, Tambov, Russian Federation. <https://orcid.org/0000-0002-4449-938X>, [sorok\\_tam@rambler.ru](mailto:sorok_tam@rambler.ru)

**Contribution:** literature selection, part of article drafting, material, material processing and editing, final manuscript approval.

There is no conflict of interests.

Received June 17, 2023  
Revised September 06, 2023  
Accepted September 14, 2023



НАУЧНАЯ СТАТЬЯ / ORIGINAL ARTICLE

УДК / UDC 070

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-855-864>


Шифр научной специальности 5.9.9

## Потехе – время, делу – час. О карнавальном коде современной телевизионной коммуникации

**Виталий Товиевич ТРЕТЬЯКОВ** 

ФГБОУ ВО «Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова»

119991, Российская Федерация, г. Москва, Ленинские горы, 1

 [hstv@bk.ru](mailto:hstv@bk.ru)

**Аннотация.** Карнавализация медиасферы становится сегодня не только одним из ключевых признаков развития современных средств массовой информации, но и феноменом, описывающим наиболее существенные черты медиа. Наиболее ярко это проявляется в аудиовизуальных СМИ вообще и на телевидении в частности. С опорой на метод анализа контента, историко-функциональный метод, а также с учётом теории карнавала, предложенной М.М. Бахтиным, рассмотрены различные аспекты проявления карнавала в современных экранных медиа. Отмечено очевидное присутствие таких существенных качеств карнавала, как равенство (демократия «золотого века»), перевёрнутая иерархия, наличие особой символики, снятие ограничений (табу), веселье, смех, обман. Сделан вывод о тотальности карнавализации, свойственной сегодня средствам массовой коммуникации. Наряду с этим отмечена и характеристика, существенно отличающая современный медиакарнавал от карнавала прошлого: если прежде карнавал приходил в жизнь человека по принципу «делу – время, потехе – час», то сегодня телевизионный карнавал присутствует в жизни человека прямо противоположным образом – по принципу «потехе – время, делу – час». Это меняет сущность экранной коммуникации и оказывает заметное воздействие на жизнь человека и общества в целом.


**Ключевые слова:** телевидение, карнавал, карнавализация, аудиовизуальные медиа, экранные медиа

**Для цитирования:** Третьяков В.Т. Потехе – время, делу – час. О карнавальном коде современной телевизионной коммуникации // Неофилология. 2023. Т. 9. № 4. С. 855-864. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-855-864>

Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная

## Pleasure before business. About the carnival code of modern television communication

Vitaly T. TRETYAKOV 

Lomonosov Moscow State University  
1 Leninskie Gory, Moscow, 119991, Russian Federation  
 [hstv@bk.ru](mailto:hstv@bk.ru)

**Abstract.** Media sphere carnivalization today is becoming not only one of the key signs of the development of modern media, but also a phenomenon that describes the most essential features of media. This is most clearly manifested in audiovisual media in general and television in particular. Based on the method of content analysis, the historical-functional method, as well as taking into account the theory of carnival proposed by M.M. Bakhtin, examined various aspects of the manifestation of carnival in modern screen media. The obvious presence of such essential qualities of carnival as equality (democracy of the “golden age”), inverted hierarchy, the presence of special symbols, the removal of restrictions (taboos), fun, laughter, deception is noted. The conclusion is made about the totality of carnivalization characteristic of mass media today. Along with this, a characteristic is also noted that essentially distinguishes the modern media carnival from the carnival of the past: if previously carnival came into a person’s life according to the principle “business is time, fun is an hour,” then today television carnival is present in a person’s life in exactly the opposite way – according to the principle of “fun.” “It’s time, it’s an hour.” This changes the essence of screen communication and has a significant impact on human life and society as a whole.

**Keywords:** television, carnival, carnivalization, audiovisual media, screen media

**For citation:** Tretyakov, V.T. Pleasure before business. About the carnival code of modern television communication. *Neofilologiya = Neophilology*, 2023;9(4):855-864. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-855-864>



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



### ВВЕДЕНИЕ

В своё время выдающиеся философы пропели гимн карнавалу, игровым формам жизни, воспитания и образования [1; 2]. Позже исследователи обратили внимание на процесс проявления карнавальных элементов на различных уровнях человеческого бытия – антропологическом [3], философско-культурологическом [4], искусствоведческом [5; 6], историческом [7], психологическом [8; 9], политологическом [10] и мн. др. Но никто из этих людей и представить себе не мог, что жизнь всерьёз будет не прерываться игрой время от времени, но почти полностью ею вытесниться. Однако именно это во всё нарастающих масштабах сегодня вершит телеви-

дение. Наряду с этим в современной науке практически отсутствуют исследования, посвящённые анализу карнавальной природы аудиовизуальных медиа. Лишь незначительное число авторов затрагивает вопросы присутствия карнавального кода на экране [11–13].

### ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Мы в нашем исследовании предпринимаем попытку ликвидировать этот пробел и с привлечением текстологического, историко-функционального метода и метода анализа контента даём всестороннюю оценку феномену карнавализации современного телевидения. Материалом исследования являются телевизионные передачи общероссийских ка-

налов, а также документальные фильмы, показанные на телеэкране. Хронологические рамки исследования – с 2000 г. по настоящее время.

Проблема карнавализации современного телевизионного контента будет рассмотрена нами как в аспекте функционирования журналистики, так и с позиций эффектов, создаваемых этим явлением в обществе. Становление телевидения как особого института журналистики, на наш взгляд, привело к тому, что к уже существующим жанрам журналистики, связанным, прежде всего, с литературой и наукой, прибавился новый – игра (вся сумма развлекательных передач и почти все ток-шоу). Первоначально новый жанр обогатил и разнообразил журналистику и телевидение. Но постепенно он стал вытеснять и подавлять все остальные жанры, размывая их границы, уничтожая и научную логику, и естественные по содержанию и проявлениям эмоции. Всё стало подменяться бессмысленным и бессодержательным развлечением и сопровождающими его гиперболизированными, вплоть до патологии, эмоциональными выплесками. Природа этого процесса тесно связана с таким явлением, как карнавализация медиа. Вот почему изучение современного телевидения как карнавала важно не только в контексте развития журналистики, но и в аспекте понимания коренных принципов жизнеустройства современного общества.

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Изучение карнавальности природы телевидения необходимо начать с исследования циклической структуры теле вещания, на которую давно уже обратил внимание отечественный учёный Э.Г. Багиров [14]. Цикличность – если понимать её не просто как наличие в телеэфире передач, появляющихся в строго определённое, заранее зафиксированное и хорошо известное аудитории время, а как фундаментальную категорию (вся наша жизнь циклична), – является таким качеством телевидения, которое неизбежно должно было проявить себя не только хронологически, но и содержательно, что по мере нарастания мощи телевидения и случилось.

Как известно, жизнь человека, отделившегося некогда от природы, подчиняется всё же циклам, не в полной мере совпадающим с природными и подчиняющимися задачам именно человеческой жизнедеятельности. Безусловно, наиболее глобальный и универсальный жизненный цикл человека так или иначе связан с природой – это астрономический год, который делится на зимний, весенний, летний и осенний периоды. Общественная жизнь человека, однако, уже на заре формирования цивилизации не полностью подчинялась сменяемости этих периодов. Различные крупные общественные события (войны, дворцовые перевороты, восстания) не зависели напрямую от годового природного цикла. Последнему подчинялось преимущественно хозяйство, в основном занятые скотоводством и земледелием.

Естество человека, однако, требовало хотя бы иногда ощущать своё единство с природной жизнью, одна из существенных характеристик которой – отсутствие привычной социальной иерархии. И в античные, и в средневековые времена это возвращение к естественному равенству людей, основанному на одинаковости физиологии и психики как властителя, так подчинённого, реализовывалось через разные виды карнавальных действий, теория которых отлично разработана М.М. Бахтиным [1].

Карнавал как праздник существует в некоторых странах и до наших дней, но в чрезвычайно формализованном виде, почти утратив свою социальную функцию, но сохранив отчасти бытовую и физиологическую, поскольку возник он всё-таки не из простого желания отдохнуть или развлечься, а как естественное проявление архетипов человеческого сознания и поведения, изгнанных жёсткой социальной регламентацией с публичной сцены (за исключением сцены искусства). Однако в XX веке карнавал стал важнейшей частью нашей жизни, в первую очередь благодаря телевидению.

Определение современного телевидения как постоянно длящегося карнавала является, по нашему мнению, ключевым для понимания как природы экранного медиа, так и устройства массового общества в целом. Если

сопоставить теорию М.М. Бахтина с большей частью современного телевизионного контента, то можно со всей определённой заявить, что многое из того, чем является современное телевидение (не считая, естественно, его технических и технологических систем), описано в сочинении «Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса» [1] не в связи с телевидением и даже (в первом, сжатом, варианте – в 1930 г.) до его появления. Именно М.М. Бахтиным была раскрыта суть и архитектура карнавального действия, которая находит яркое воплощение в современной телевизионной коммуникации, которую сегодня можно сравнить с самой большой из всех возможных городских площадей.

В целом исследователи творчества М.М. Бахтина (и в частности – В.П. Руднев [15]) характеризуют его теорию следующим образом: «В центре концепции карнавала – идея об «инверсии двоичных противопоставлений», то есть переворачивание смысла бинарных оппозиций. Когда народ выходит на карнавальную площадь, он прощается со всем мирским перед долгим постом, и все основные оппозиции христианской культуры и все бытовые представления меняются местами. Королём карнавала становится нищий или дурак, трикстер <...>. И ему воздают королевские почести. Назначается также карнавальный епископ, и кощунственно оскверняются христианские святыни. Верх становится низом, голова – задом и половыми органами (материально-телесный низ, по терминологии М.М. Бахтина). Меняются местами мужское и женское (мужчины надевают маски женщин и наоборот). Вместо благочестивых слов слышится сквернословие, площадная брань. Меняются местами сами противопоставления жизни и смерти» [15, с. 126]. Этот посыл позволяет нам перейти к выявлению основных ипостасей любого карнавального действия, которые имеют непосредственное отношение к телевидению.

1. Равенство. Карнавал на время восстанавливал равенство людей, так сказать, демократию «золотого века»: слуга и хозяин получали право на совершение одних и тех же поступков. Телевидение сегодня со всей

очевидностью демонстрирует это качество. На экране могут оказаться как сильные мира сего, так и простые люди, причём и в том, и в другом случае им может быть предоставлено равное право голоса.

2. Перевернутая иерархия. Карнавал искусственно ломал обыденную жизнь, главной характеристикой которой была не просто иерархичность, а наследуемая иерархичность, в которой господа и слуги почти никогда не менялись местами. Поэтому просто демократичности было недостаточно, требовался переворот привычной иерархии – во время карнавалов не только простолюдины приравнивались к богачам, но из простолюдинов избирался карнавальный король, самодержец верховной карнавальной (перевернутой) власти. Не это ли мы наблюдаем на современном телевидении, когда «лидер мнений» может быть выбран из толпы вполне в соответствии с карнавальной традицией?

3. Карнавальная символика. Карнавал как временный институт всеобщего равенства не мог разрушать фундаментальные основы общественного устройства. Например, он никогда не затрагивал право собственности, поскольку тогда по окончании карнавального времени в обществе воцарился бы хаос. Поэтому демонстрация равенства проходила на уровне символики (одежда, шутовские знаки высшей власти) и того, в чём действительно люди были равны друг другу в обычной жизни, но в силу условностей иерархического общества не могли это демонстрировать, – в физиологических проявлениях своего организма: в плотской любви, в еде и в питии, иногда в физическом единоборстве. Если обратить внимание на современные телевизионные шоу, несложно заметить, что и здесь наблюдается аналогичный подход. Символизация и виртуализация событий и явлений позволяет телевидению не затрагивать существенные стороны жизни общества, а обсуждать социальные процессы во многом на уровне инфотеймента и игореализации.

4. Снятие запретов (табу). Отказ от обыденной, полной условностей и ограничений, а потому неестественной жизни требовал временного снятия общественных табу, всего того, что запрещалось моралью, законом или

религиозной догмой. Карнавал разрешал богохульство, прелюбодеяние, оргиастические проявления сексуальных инстинктов, сквернословие, чревоугодничество, пьянство, естественно, с неподчинением власти, даже карнавальная. Современный телевизионный карнавал проявляет себя так же. Детабуизация – тот процесс, который делает популярным массовое зрелище.

5. Веселье, смех, обман. Карнавал предполагал максимальное веселье как противоположность обыденному унынию, то есть ставил развлечение, игру, шутовство, обман выше труда, серьёзности и общественной добропорядочности. Смеховая культура карнавала демонстрировала и несерьёзность, то есть временность, действия, и его пародийность – насмешку уязвлённых в обыденной жизни низов над социальной иерархией как искусственной, ненатуральной, противоречащей фундаментальному, прежде всего физиологическому, равенству людей. Развлекательные, юмористические передачи на телевидении также предлагают зрителю возможность совместно высмеять определённые социальные пороки, и не только.

6. Конечность карнавала. Наконец, карнавал чётко фиксировал свои границы: день и час падения всех табу и время, отведённое на растабуированную жизнь. Все участники карнавала знали, что карнавал – это не сама действительность, а временный выход из неё, что это обман, но обман конечный, уложенный в строго отведённый срок, после завершения которого всё вернётся на круги обыденных социальных и политических условностей. Люди знали не только день и час, в которые карнавал начнётся, но и день и час, когда он закончится. Знали, что время карнавала скоротечно, а обыденной жизни – бесконечно, что карнавал – это временная условная данность в границах мнимой реальности, и он не может длиться всегда. Словом, карнавал был честным обманом.

Карнавальные стихия и культура, основанные на архетипах человеческого сознания и поведения, так или иначе, в тех или иных формах дожившие до наших времён, чётко ориентировались на этот главный свой закон: карнавал скоротечен и преходящ (если толь-

ко речь не идёт об образе жизни маргинальных групп), обыденная жизнь постоянна и бесконечна (до конца века человеческого).

Однако в XX веке человеческая цивилизация создала массовую культуру и средства массовой информации, включая телевидение, – современный вариант карнавальной культуры и средства её доставки в каждый дом, в каждую семью. Скоротечный и конечный обман античного и средневекового карнавала превратился в постоянную реальность. Сравним два подхода – карнавал классический и карнавал массмедийный.

Первый построен на принципе «делу время – потехе час». Эта максима родилась не по чьей-либо прихоти, а как суровая жизненная необходимость: обработав и засеяв по весне землю, можно было на несколько дней погрузиться в безделье, веселье и даже разврат. Но с тем, чтобы потом вновь вернуться к изнурительной работе по выращиванию урожая. Собрав урожай, вновь можно впасть в веселье, даже оргиастическое, особенно если урожай богат. И так круглый год – до ухода зимы (с празднованием этого ухода, например, в форме русской Масленицы), позволяющего вновь вернуться к работе, обеспечивающей в конечном результате сбор житнетворного урожая.

Второй тип карнавала – карнавал массового общества, – основан на принципе «потехе время – делу час». Таков закон жизни общества массового потребления и гедонизма, закон функционирования массовой культуры и её главного вместилища – современного телевидения: карнавал, вечный и круглосуточный карнавал! Со всеми свойственными ему качествами и атрибутами, каковыми (по М.М. Бахтину) являются: празднества, площадные смеховые действия и проч.; словесные смеховые (в том числе пародийные) произведения всякого рода; различные формы и жанры фамиллярно-площадной речи (ругательства, богохульство и др.). Всё это присутствовало и присутствует в смеховой культуре и вне карнавала, но за его рамками было позволено немногим и лишь в отдельные моменты (в частности, в часы отдыха, досуга). Во время карнавала это позволено всем – пока он длится. А если карнавал



длится постоянно и непрерывно, то, значит, всё это (фактически – падение всех табу) позволено всем и всегда. Всё – включая и обман, который в рамках традиционного карнавала был скорее игрой, а в масштабе постоянно длящегося современного карнавала превратился в реальность.

В этом круге обмана, циркулируя по каналам предельно карнавализованных современных СМИ, и живёт сегодняшняя журналистика, в которой хватает и своего обмана, своей лжи, своих умолчаний [16]. Но не журналистика уже определяет лицо телевидения, что показывает анализ сетки вещания большинства телеканалов. На современном телеэкране мы обнаруживаем доминирование нескольких кругов обмана:

1) если относиться к увиденному на телеэкранах серьёзно, то это преимущественно дом умалишённых тюремного типа, в котором постоянно убивают, насилуют, дерутся, занимаются сексом, крадут детей и взрослых, издеваются над ними, причём с изощрённым садизмом, и так далее и тому подобное. Обычный, рядовой человек, тоже, естественно, сталкивающийся со многим из перечисленного в своей жизни, вне телеэкрана никогда не видит это в столь запредельной концентрации. Это первый круг обмана современных СМИ, и в первую очередь его наполняют собой материалы современного телевидения;

2) вторым кругом обмана идёт демонстрация совсем уже запредельных, фантастических ужасов, от своей фантастичности не становящихся менее ужасными (вампиры, вурдалаки, ведьмы, гигантские насекомые, роботы, монстры всех видов и размеров и т. п.);

3) третий круг демонстрируемого обмана – реальные люди (не киногерои и не сконструированные на киностудиях монстры) или играющие реальных людей актёры (подсадные утки), рассказывающие в многочисленных ток-шоу о своих сексуальных и иных подвигах, например, экстрасенсорных, часто придуманных сценаристами, а потому отличающихся от фантастических гораздо большей правдоподобностью;

4) ещё ближе к реальности четвёртый круг обмана: в нём простые люди в многочисленных телеиграх добывают себе победу –

деньги или славу. Эти игры примечательны тем, что в них действительно участвуют люди с улицы (туда вбрасываются и звёзды, но только для поддержания рейтинга) – это чувствует каждый зритель, то есть связь с реальностью уже полная, за тем, правда, исключением, что победа в телеигре приносит реальную славу (причём весьма краткосрочную) лишь каждому тысячному или десяти-тысячному из победителей, да и максимальные денежные призы достаются не чаще. Понимая, что это обман, зрители не могут перестать видеть, а следовательно, и воспринимать его, то есть жить в нём. Отчасти – и соучаствовать в этой иллюзорной жизни. Тем более что телевидение постоянно перемешивает обман с реальностью – через третий и четвёртый круги, а также и через следующие, всё больше и больше стирающие грань между обманом и реальностью;

5) пятый круг обмана – это постоянно крутящаяся по телевидению реклама;

6) шестой круг – это пласт реальных событий, освещаемых на телевидении в собственно журналистских программах. Они тоже в значительной степени посвящены обману – прежде всего политическому, финансовому, общественному. Да, в этом шестом круге журналистика, присутствующая и в телевидении, пытается добиться правды, она разоблачает обман (иногда – частично – впрочем, и создавая его). Но это мало меняет телевизионную (виртуальную) реальность, всю развёрстанную между обманом мифологическим и обманом, основанным на фактах и событиях, взятых из жизни.

И так – каждый день. И так – круглый год. Карнавал – круглый год, тотальный карнавал. То есть человек, до появления массовой культуры и телевидения живший в ситуации карнавала – перевёрнутого верха и низа, в том числе и телесного, – максимум четыре раза в год и крайне ограниченный срок, теперь живёт в карнавальной (обманной и самообманной) ситуации постоянно.

Это противоестественное и опасное положение. Карнавал, перенесённый на повседневную, общественную и политическую, действительность, может вызвать хаос, уничтожить мировой порядок. Иногда кажется,

что мы к этому приближаемся – когда, например, разного рода преступления с экранов телевизоров переходят в жизнь; когда реальные террористы используют формы и методы террора, почерпнутые из фильмов; когда телевидение создаёт из ничтожных людей общественных кумиров; когда с помощью телепропаганды создаются империи и оси зла, враги человечества, а потом реальная политика занимается их уничтожением; когда СМИ выбирают нациям лидеров. Всё это – результат существования кругов обмана, встроенных в систему современных СМИ. Прежде всего – телевидения.

А далее всё просто: с телеэкрана – в жизнь! Раз карнавал может быть круглосуточным, длится весь год и демонстрируется телевидением в любом месте, где обитают и присутствуют люди, то что же препятствует его появлению в мире реальном?

Опишем четыре эпизода, которые ярко иллюстрируют сказанное выше.

1. 2011 г. Россия. Газета «Комсомольская правда» публикует сообщение о том, что в одном небольшом городе ученики средней школы сняли несколько порнографических роликов и выложили их в Интернет. Именно так об этих роликах узнали учителя и родители подростков. На вопрос, как они могли такое сделать и зачем, подростки (думается, вполне искренне) ответили: но ведь по телевизору же такое показывают, значит, это можно.

2. 2011 г. Нидерланды. Ведущие голландского телешоу “Proefkonijnen” («Подопытные свинки») Деннис Сторм (Dennis Storm) и Валерио Зено (Valerio Zeno) в телеэфире попробовали по кусочку мяса друг друга. Оба телеведущих перенесли перед эфиром несложные операции: у Сторма хирургии отрезали небольшой кусок плоти с ягодиц, а у Зено – с живота. После этого мясо было прожарено, и ведущие съели его в студии. Как свидетельствовала газета “The Daily Mail”, Сторм и Зено заявили, что в человечине «нет ничего особенного», хотя и отказались комментировать вкус мяса. Телеведущие заявили, что в их действиях не было ничего противозаконного, поскольку они добровольно согласились на каннибализм.

3. 2012 г. Россия. Участницы панк-рок-группы «Пусси райот» появляются в храме Христа Спасителя в Москве и перед алтарём имитируют исполнение песни, снимая всё это на видеокамеру. Скандал, разразившийся далее, и его последствия настолько хорошо известны, что нет нужды описывать всё подробнее.

4. 2012 г. Австралия, Великобритания. История, тоже ставшая всемирной сенсацией, но теперь уже, кажется, забытая. Медсестра лондонской клиники имени короля Эдуарда VII Жасинта Салдана покончила жизнь самоубийством после того, как выяснилось, что под видом английской королевы и её мужа принца-консорта Филиппа, справлявшихся о самочувствии жены принца Уильяма герцогини Кембриджской Кейт, лежащей в этой больнице, ей позвонили ведущие одной из австралийских радиостанций Мел Григ и Майкл Крисчиан. Поверив звонившим, Жасинта Салдана перевела звонок в палату пациентки. Обманувшие медсестру радиоведущие отделались всего лишь увольнением с работы. Впрочем, вскоре они были приняты на новую. И в той же сфере радиного шоу-бизнеса.

Трудно придумать что-либо лучше, чем эти эпизоды, иллюстрирующие выход карнавальной культуры (столь ценимой – и справедливо – искусствоведами и культурологами) за пределы естественного для неё времени и места действия. Модель во всех этих эпизодах и за их пределами одна и та же: открыто, публично попираются очевидные, общепризнанные запреты (табу), некоторые из которых, между прочим, защищены и статьями Уголовного кодекса: не занимайся блудом публично, не оскверняй религиозных святынь... Все эти табу традиционно низвергаются в ходе карнавальных действий, во всяком случае – низвергались в античные времена и в эпоху Средневековья. И все эти табу моментально восстанавливаются после завершения карнавала. Ныне они (и многие другие запреты) могут быть порушены в телеэфире в любое время и перед самой широкой аудиторией, что и происходит постоянно и регулярно.

Ярчайшим примером этого стали на нашем телевидении передачи и фильмы Леони-

да Парфёнова, начиная с его авторской программы «Намедни» на НТВ. Но если Л. Парфёнов попервоначально ещё пытался использовать утончённые формы карнавализации, то его последователи, как это случается при распространении любого модного поветрия, впали в вульгарщину – этическую, эстетическую, политическую. Это, видимо, и есть сущностная основа того, что называется медиакратией, то есть политическим насилием, проводимым посредством СМИ в формах, предельно приятных аудитории. В формах по преимуществу карнавальных, воспетых М.М. Бахтиным как высшее проявление смеховой культуры, превратившейся ныне – и главным образом посредством телевидения – в свою противоположность – смеховое невежество.

## ВЫВОДЫ

Если представить, что телекарнавализация нашей жизни будет продолжаться (а иной тенденции пока не прослеживается), во что превратится наша цивилизация через несколько десятилетий? Распад тысячелетиями складывавшегося баланса между дозволенным и запрещённым (кстати, чаще всего, не вообще запрещённым, а локализованным во времени, пространстве, мере и публичности)? Такой же тотальный распад, как тотальное растабуирование всего и вся? Похоже на то. Ведь телевидение не останавливается в своих претензиях и попытках выйти за пределы дозволенного или, по меньшей мере, в демонстрации таких попыток массовой аудитории. Но всё-таки в природе человека и, возможно, в общественном сознании, в тонких механизмах общественного устройства существуют встроенные предохранители, срабатывающие в моменты, когда слишком много людей перестают делать то, что способствует выживанию общества, или начинают делать то, что неизбежно ведёт к его гибели. Наличие некоторых таких предохранителей просматривается, хотя они, скорее, сдерживают процесс, нежели полностью блокируют его.

Что же мешает окончательному распаду мирового порядка, наступлению глобального хаоса – в результате такой воистину глобальной же (или тотальной) пандемии обмана, пусть только информационного и визуального, и сокрушения (порой и целенаправленного) основополагающих табу?

Естественно, первое, что приходит на ум, когда отвечаешь на этот вопрос: власть, государство, законы, соответствующие репрессивные (полицейские) институты и страх наказания за нарушение правовых норм. Это, безусловно, верно. Равно как и то, что, скорее всего, не менее важным является наличие в обществе такого гораздо менее формального и формализованного института, как мораль (включая моральную традицию). Но законы на все случаи жизни не напишешь и властную волю (включая репрессии) на все проявления жизненной активности сотен миллионов людей распространить невозможно (вот почему тотально-тоталитарные системы рано или поздно рушатся). Институт морали и моральной традиции великолепен, однако он также имеет изъяны, поскольку не регламентирован жёстко.

Думается, естественными преградами на пути победы хаоса над общественным порядком являются (возможно, лишь пока):

- 1) здравый смысл человечества и каждого из людей, позволяющий всё-таки отделять обман, даже самый тотальный, от реальности; рискованную, щекочущую нервы игру – от реальной опасности гибели; а также ирония;
- 2) ответственное научное знание;
- 3) высокая, настоящая культура, тоже, по счастью, присутствующая в СМИ, хотя и не творимая в них;
- 4) настоящая (качественная) журналистика, то есть та часть журналистики, постоянно прописанной в СМИ и, в частности, на телевидении, которая занимается поиском правды в потоках лжи, отстаиванием интересов реальных людей, разоблачением обмана и в самой жизни, и в СМИ, то есть того обмана, который творится и собственно журналистами.

# Список источников

1. Бахтин М.М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса. М.: Художественная литература, 1990. 543 с. <https://elibrary.ru/vqmunr>
2. Лотман М.Ю. Культура и взрыв. М.: Гнозис, Прогресс, 1992. 272 с.
3. Mannia S. Masks and Carnivals in Contemporary Sardinia // Herald of Antropology. 2020. № 4 (52). P. 29-44. <http://dx.doi.org/10.33876/2311-0546/2020-52-4/29-44>, <https://elibrary.ru/oqgyvbg>
4. Ляшок А.С. Карнавал как форма праздничной культуры: философско-культурологический анализ: автореф. дис. ... канд. филос. наук. Краснодар, 2004. 27 с. <https://elibrary.ru/zmuift>
5. Bronich M.K., Baranova M.I. The Bakhtinian Carnival in Chicano Novels by Rolando Hinohosa // Studia Litterarum. 2021. Vol. 6. № 1. P. 152-169. <http://dx.doi.org/10.22455/2500-4247-2021-6-1-152-169>, <https://elibrary.ru/ituwvb>
6. Кожеевников С.Б., Ермоленко Г.А. Эстетика городского пространства: от карнавала до стрит-арта // Вестник МГПУ. Серия: Философские науки. 2019. № 2 (30). С. 64-72. <https://doi.org/10.25688/2078-9238.2019.30.2.08>, <https://elibrary.ru/mxaiwg>
7. Викторино Л. История карнавала // Studia Culturae. 2020. № 43. С. 195-207. <https://elibrary.ru/wdqixm>
8. Асмолов А. Личность в эпоху карнавала // Образовательная политика. 2012. № 6 (62). С. 2-5. <https://elibrary.ru/tuujas>
9. Улыбина Е.В. Карнавал и психоанализ – наложение пространств // Мир психологии. 2001. № 4 (28). С. 20-32. <https://elibrary.ru/alxidy>
10. Карабущенко П.Л., Подвойский Л.Я. Кризис современной политической культуры (деструкция элит политического карнавала) // Век глобализации. 2022. № 1 (41). С. 86-99. <https://doi.org/10.30884/vglob/2022.01.06>, <https://elibrary.ru/rzpinm>
11. Васильева Е.В. Кинематограф, сакральное и культура карнавала // KUNST/Камера: Искусство кино и межкультурный диалог. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2016. С. 19-20. <https://elibrary.ru/tbjmfn>
12. Лильеберг Р.Э. Феноменология карнавала в новейшем отечественном кинематографе: культурологические и семиотические аспекты // Философская школа. 2018. № 4. С. 42-50. <https://doi.org/10.2441/2541-7673-2018-10413>, <https://elibrary.ru/xsafxf>
13. Синицын А.А. Дискуссия о Феллини: по страницам российского журнала, посвящённого столетию итальянского режиссёра // Вестник Русской христианской гуманитарной академии. 2021. Т. 22. № 1. С. 318-347. <https://doi.org/10.25991/VRHGA.2021.22.1.026>, <https://elibrary.ru/qxmghw>
14. Багиров Э.Г. Очерки теории телевидения. М.: Искусство, 1978. 151 с.
15. Руднев В.П. Словарь культуры XX века: ключевые понятия и тексты. М.: Аграф, 1999. 381 с.
16. Третьяков В.Т. Правда, ложь, обман и умолчание в журналистике // Как стать знаменитым журналистом. М.: Ладомир, 2004. С. 165-188.

# References

1. Bakhtin M.M. *Tvorchestvo Fransua Rable i narodnaya kul'tura srednevekov'ya i Renessansa* [The Works of François Rabelais and Folk Art of the Middle Ages and the Renaissance]. Moscow, Khudozhestvennaya literatura Publ., 1990, 543 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/vqmunr>
2. Lotman M.Yu. *Kul'tura i vzryv* [Culture and Explosion]. Moscow, Gnozis, Progress Publ., 1992, 272 p. (In Russ.)
3. Mannia S. Masks and carnivals in contemporary Sardinia. *Herald of Antropology*, 2020, no. 4 (52), pp. 29-44. (In Russ.) <http://dx.doi.org/10.33876/2311-0546/2020-52-4/29-44>, <https://elibrary.ru/oqgyvbg>
4. Lyashok A.S. *Karnaval kak forma prazdnichnoi kul'tury: filosofsko-kul'turologicheskii analiz: avtoref. dis. ... kand. filos. nauk* [Carnival as a Form of Festive Culture: Philosophical and Cultural Analysis: PhD (Philosophy) diss. abstr.]. Krasnodar, 2004, 27 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/zmuift>
5. Bronich M.K., Baranova M.I. The Bakhtinian carnival in Chicano novels by Rolando Hinohosa. *Studia Litterarum*, 2021, vol. 6, no. 1, pp. 152-169. (In Russ.) <http://dx.doi.org/10.22455/2500-4247-2021-6-1-152-169>, <https://elibrary.ru/ituwvb>
6. Kozhevnikov S.B., Ermolenko G.A. Aesthetics of urban space: from carnival to street art. *Vestnik MGPU. Seriya: Filosofskie nauki = MCU Journal of Philosophical Sciences*, 2019, no. 2 (30), pp. 64-72. (In Russ.) <https://doi.org/10.25688/2078-9238.2019.30.2.08>, <https://elibrary.ru/mxaiwg>

7. Viktorino L. History of the carnival. *Studia Culturae*, 2020, no. 43, pp. 195-207. (In Russ.) <https://elibrary.ru/wdqixm>
8. Asmolv A. Lichnost' v epokhu karnavala [Personality in the era of carnival]. *Obrazovatel'naya politika = Educational Policy*, 2012, no. 6 (62), pp. 2-5. (In Russ.) <https://elibrary.ru/tuujas>
9. Ulybina E.V. A carnival and psychoanalysis – imposition of spaces. *Mir psikhologii = The World of Psychology*, 2001, no. 4 (28), pp. 20-32. (In Russ.) <https://elibrary.ru/alxidy>
10. Karabushchenko P.L., Podvoiskii L.Ya. Crisis of modern political culture (the destruction of the political carnival elite). *Vek globalizatsii = Age of Globalization*, 2022, no. 1 (41), pp. 86-99. (In Russ.) <https://doi.org/10.30884/vglob/2022.01.06>, <https://elibrary.ru/rzpimn>
11. Vasil'eva E.V. Kinematograf, sakral'noe i kul'tura karnavala [Cinema, the sacred and carnival culture]. *KUNST/Kamera: Iskusstvo kino i mezkul'turnyi dialog [KUNST/Camera: The Art of Cinema and Intercultural Dialogue]*. St. Petersburg, Saint Petersburg State University Publ., 2016, pp. 19-20. (In Russ.) <https://elibrary.ru/tbjmfn>
12. Lil'berg R.E. Phenomenology of carnival in the newest domestic cinematograph: cultural and semiotic aspects. *Filosofskaya shkola = Philosophical School*, 2018, no. 4, pp. 42-50. (In Russ.) <https://doi.org/10.2441/2541-7673-2018-10413>, <https://elibrary.ru/xsafx>
13. Sinitsyn A.A. The Fellini discourse: across the pages of the Russian magazine dedicated to the centenary of the Italian film director. *Vestnik Russkoi khristianskoi gumanitarnoi akademii = Review of the Russian Christian Academy for the Humanities*, 2021, vol. 22, no. 1, pp. 318-347. (In Russ.) <https://doi.org/10.25991/VRHGA.2021.22.1.026>, <https://elibrary.ru/qxmghw>
14. Bagirov E.G. *Ocherki teorii televideniya [Essays on Television Theory]*. Moscow, Iskusstvo Publ., 1978, 151 p. (In Russ.)
15. Rudnev V.P. *Slovar' kul'tury XX veka: klyuchevye ponyatiya i teksty [Dictionary of 20th Century Culture: Key Concepts and Texts]*. Moscow, Agraf Publ., 1999, 381 p. (In Russ.)
16. Tret'yakov V.T. Pravda, lozh', obman i umolchanie v zhurnalistike [Truth, lies, deception and silence in journalism]. *Kak stat' znamenitym zhurnalistom [How to Become a Famous Journalist]*. Moscow, Ladomir Publ., 2004, pp. 165-188. (In Russ.)

#### Информация об авторе

**Третьяков Виталий Товиевич**, профессор, декан Высшей школы (факультета) телевидения, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, г. Москва, Российская Федерация, <https://orcid.org/0009-0007-0734-1608>, [hstv@bk.ru](mailto:hstv@bk.ru)

**Вклад в статью:** идея, поиск и анализ источников, написание текста статьи.

Поступила в редакцию 24.07.2023

Поступила после рецензирования 03.10.2023

Принята к публикации 12.10.2023

#### Information about the author

**Vitaly T. Tretyakov**, Professor, Dean of the Higher School (Faculty) of Television, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation, <https://orcid.org/0009-0007-0734-1608>, [hstv@bk.ru](mailto:hstv@bk.ru)

**Contribution:** idea, sources search and analysis, manuscript text drafting.

Received July 24, 2023

Revised October 3, 2023

Accepted October 12, 2023



НАУЧНАЯ СТАТЬЯ / ORIGINAL ARTICLE

УДК / UDC 070

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-865-877>


Шифр научной специальности 5.9.9

## Профессиональная идентичность и проблемы начинающих журналистов

Елена Евгеньевна ПРОНИНА 

ФГБОУ ВО «Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова»

119991, Российская Федерация, г. Москва, Ленинские горы, 1

 [pronina.elena@gmail.com](mailto:pronina.elena@gmail.com)

**Аннотация.** Сопоставлены два подхода к изучению профессиональной идентичности журналиста: институциональный и онтологический. На примере эмпирического исследования психологических проблем начинающих журналистов продемонстрированы теоретические основания и эвристические возможности онтологического подхода. Профессиональная идентичность рассмотрена не как внешне заданный эталон, а как спонтанно складывающаяся в реальной жизни психологическая установка, которая обнаруживается в глубинной структуре переживаний респондентов. С целью выявления наиболее распространённых психологических проблем, с которыми сталкиваются начинающие журналисты, был проведён опрос студентов факультетов журналистики. На основе субъективных оценок респондентов составлен рейтинг наиболее часто возникающих переживаний. Показана ограниченная разрешающая возможность частотной обработки самоотчётов в сравнении с многомерным анализом, позволяющим перейти с уровня осознаваемых переживаний на уровень глубинных детерминант переживания. В ходе факторного анализа выделены основные составляющие профессиональной идентичности как индивидуально-личностной и коллективной установки. Показана взаимосвязь компонентов идентичности и онтологических свойств журналистики. С помощью непараметрических критериев сравнения выборок продемонстрировано влияние места обучения на интенсивность переживания тревоги. Сделаны выводы о необходимости учитывать психологическую структуру профессиональной идентичности в ходе подготовки будущих специалистов.


**Ключевые слова:** профессиональная идентичность журналиста, медиапсихология, субъективная семантика, психологические проблемы начинающего журналиста, онтологические свойства журналистики

**Для цитирования:** Пронина Е.Е. Профессиональная идентичность и проблемы начинающих журналистов // Неофилология. 2023. Т. 9. № 4. С. 865-877. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-865-877>

Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная

## Professional identity and problems of novice journalists

Elena E. PRONINA 

Lomonosov Moscow State University  
1 Leninskie Gory, Moscow, 119991, Russian Federation  
 [pronina.elena@gmail.com](mailto:pronina.elena@gmail.com)

**Abstract.** Two approaches to the study of journalist's professional identity are compared: institutional and ontological. The theoretical foundations and heuristic possibilities of the ontological approach are demonstrated on the example of empirical research into the psychological problems of novice journalists. Professional identity is considered not as an externally set standard, but as a psychological attitude spontaneously formed in real life, which is found in the deep structure of respondents' anxiety. In order to identify the most common psychological problems faced by novice journalists, a survey of journalism students is conducted. Based on the subjective assessments of the respondents, a ranking of the most frequently occurring anxiety is compiled. The limited resolving power of self-reports frequency processing is shown in comparison with multivariate analysis, which allows us to move from the realized anxiety level to the anxiety underlying determinants level. In the course of factor analysis, the main components of professional identity as an individual-personal and collective attitude are identified. The interrelation between the identity components and ontological properties of a journalist is shown. Using non-parametric criteria for comparing samples, the influence of the place of training on the intensity of anxiety is demonstrated. The conclusions about the necessity to take into account the psychological structure of professional identity during the training of future specialists are drawn.

**Keywords:** professional identity of a journalist, media psychology, subjective semantics, psychological problems of a novice journalist, ontological properties of journalism

**For citation:** Pronina, E.E. Professional identity and problems of novice journalists. *Neofilologiya* = *Neophilology*, 2023;9(4):865-877. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-865-877>



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



### ВВЕДЕНИЕ

Проблема профессиональной идентичности журналиста становится одной из самых актуальных и обсуждаемых среди исследователей журналистики [1–7]. И это неудивительно, учитывая кардинальные изменения в структуре массовой коммуникации, связанные с цифровизацией медиа, формированием блогосферы и превращением пользователей в коммуникаторов и главных поставщиков медиаконтента. Блогеры, стримеры и простые пользователи теперь на равных конкурируют с официальными медиа. Оказалось, что «журналистика может прекрасно существовать вне традиционных институтов

СМИ» [8, с. 7]. Утрата доминирующего положения и контроля над журналистикой [9] вынуждает большие СМИ привлекать материалы пользователей [10–13] и на равных взаимодействовать с авторами личных медиа – блогов, авторских каналов, личных страниц в соцсетях, приближая подачу информации к их формату [13].

Сама по себе неожиданная и потому трудная для осознания ситуация осложняется тем, что институциональные СМИ продолжают бороться за сохранение своего status quo и влияния в информационном пространстве [6, р. 115], в том числе лоббируют законы, ограничивающие свободу блогеров и пользователей с целью увеличить собствен-

ную конкурентоспособность административными мерами. Беспрецедентность ситуации, непрекращающаяся борьба за лидерство в информационном пространстве, использование лоббистских инструментов, а также и мер административно-правового давления хаотизируют процесс осмысления реальности. Понятие идентичности размывается и трактуется в соответствии с институциональным статусом исследователей и их представлениями о месте и роли журналистики в обществе. Всё чаще предлагается рассматривать идентичность в контексте «идеологии журналистики» [3; 14]. Говорится о связи «идентичности» и «идеологии журналистики», или даже едином «дискурсе идеологии и идентичности» [4, с. 13]. При этом отмечается, что «речь идёт именно о профессиональной журналистике, функционирующей в заданных государственными органами нормативных рамках» [14, с. 183], прежде всего «профессионально-цеховом дискурсе» [4, с. 14]. Значит, из рассмотрения исключаются новые формы журналистики и журналистской деятельности, существующие за «нормативными рамками» профессиональных СМИ. В таком случае остаётся неясным, в какой мере можно говорить о единстве идеологии и идентичности, как соотносятся идентичность и требования профессиональной этики, идентичность и правовые нормы в сфере СМИ, идентичность и новые технологии [15]. Ещё один подход состоит в том, чтобы разработать базовую модель идентичности журналиста исходя из технологических требований профессии, социальных ожиданий и этических норм, и предложить журналистам самим оценить своё соответствие эталонному образцу [16]. Однако возникает вопрос, как соотносятся идеальный образ и идентичность, и может ли саморефлексия служить прямым отражением личной идентичности журналиста?

Чтобы прояснить эти вопросы, необходимо прежде всего понять природу самой идентичности. Этому в значительной степени препятствуют сложившиеся ещё в советское время паттерны исследования, привычное стремление вписать журналистику в систему социальных институтов и в дальнейшем

рассматривать задачи журналистики и, значит, идентичность журналиста в этом контексте. Такой подход можно было бы назвать **институциональным**. Он подразумевает служебную подчинённость журналистики задачам заказчика – тех или иных социальных институтов (неважно государственных или негосударственных, политических или коммерческих). Главной функцией журналистики в этом случае становится пропаганда идей и программ аффилированных со СМИ организаций [17–18], а основой профессионального сознания – «идеология журналистики», которая складывается под влиянием «различных социальных и профессиональных сред», в том числе «регулирующих установок органов власти и управления в сфере СМИ», научно-теоретических представлений, «формирующихся в среде исследователей», учебно-образовательных и педагогических принципов, «характерных для системы подготовки кадров», обыденных представлений и др. [4, с. 15].

Институциональный подход предлагает рассматривать идентичность как эталон, все элементы и параметры которого предустановлены (заданы) идеологическими принципами, корпоративными нормами, социальными задачами, технологическими требованиями профессии и т. д. – то есть тем или иным набором внешних требований. В этом случае перед исследователем стоит задача измерить, насколько индивидуальные качества журналиста соответствуют эталонным характеристикам [16]. Однако идентичность как внутренний психологический феномен весьма опосредованно связана с внешними требованиями и не выводится непосредственно из них. Внутренний образ журналиста у каждого свой, и он не всегда соответствует социальным или корпоративным требованиям. Так, Э. Хемингуэй, будучи репортёром во время Второй мировой войны, не задумываясь возглавил партизанский отряд после гибели командира, а обвинения в том, что взял в руки оружие и тем нарушил Женевскую конвенцию, отвергал категорично и резко<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> «Когда начнётся следующая война, я вытираю Женевскую конвенцию у себя на заднице»

Рассматривая идентичность как внешне заданный эталон, институциональный подход не учитывает индивидуально-личностный характер идентичности и её нелокальные свойства как психологического феномена (о психической нелокальности см.: [19]). Одновременно субъективная и объективная, индивидуальная и коллективная идентичность представляет собой особого рода психологическую установку, которая обеспечивает непрерывный процесс саморегуляции и синхронизации индивидуальной и коллективной психики. Она недоступна прямому самонаблюдению, рефлексии и управлению, но непосредственно влияет на все остальные процессы мироощущения, мышления и поведения человека.

Чтобы описать идентичность как объективно-субъективный психологический феномен, необходим иной подход, который опирался бы на феноменологические проявления онтологических свойств журналистики, а не на идеологемы и теории, сложившиеся в социально-политической, профессиональной или учебно-образовательной практике. Такой **онтологический подход** в отличие от институционального не выдвигает требований к реальности, а изучает и описывает её; не разрабатывает нормативные эталоны, а обращается к реальным феноменам.

Онтологические свойства журналистики, как и её востребованность в обществе, обусловлены её включённостью в процессы социальной самоорганизации. Журналистика институциональных СМИ остаётся журналистикой до тех пор, пока так или иначе участвует в этих процессах. По мере ослабления связи с реальными потребностями общества институциональная журналистика утрачивает свои онтологические свойства, превращаясь (подобно тому, как распадаются ядра искусственно созданных элементов) в иные формы деятельности – рекламу, PR, пропаганду, политтехнологии, шоу и проч., сохра-

няя только название. Эмансипируясь от института СМИ, журналистика возвращается в сферу социальной самоорганизации, к своим онтологическим функциям, как это произошло с появлением личных медиа и переходом журналистики в блогосферу.

Реализовать онтологический подход к исследованию идентичности гораздо сложнее, чем институциональный. Если при институциональном подходе все свойства предмета известны заранее, и необходимо лишь сверить реальность с эталоном, то в онтологическом исследовании необходимо отказаться от оценочной функции эталонов, принимая реальность такой, какая она есть.

Исследуя идентичность журналиста в русле данного подхода, мы решили рассмотреть не идеальный образ журналиста, не осознанные убеждения и ценности аудитории, а представления респондентов о том, как обстоят дела на самом деле. Предметом исследования стало не «желаемое», а «действительное», те проблемы и противоречия, которые определяют реальный процесс становления профессиональной идентичности.

В основу данной статьи легло исследование, защищённое на факультете журналистики МГУ (2022) в качестве дипломного проекта А.И. Горбатенковой<sup>2</sup> (под руководством автора данной статьи). Исследование касалось становления профессиональной идентичности молодых журналистов. Для выявления структуры идентичности применялись математические техники реконструкции субъективного семантического пространства (факторный анализ), использовались вероятностно-статистические методики проверки гипотез. Многомерное моделирование позволило перейти с уровня самоотчетов и самоописаний, осознаваемых целей и ценностей, спонтанного выбора (ответа) респондента, на уровень психосемантики – *субъективно значимых* смыслов, определяющих выбор.

Используя методы изучения глубинной семантики, мы исходили из того, что эти методы особенно эффективны в исследовании

---

наоборот, чтобы можно было читать её в зеркале». Цит. по: Вспоминая Эрнеста Хемингуэя // Newsland. URL: <https://newsland.com/post/3635988-vspominaia-ernesta-khemingueia> (дата обращения: 26.05.2023).

---

<sup>2</sup> Горбатенкова А.И. Психологические проблемы начинающих журналистов. М.: МГУ, 2022.

малых групп и индивидуального сознания. Здесь важны не столько размеры выборки, сколько её релевантность поставленным целям.

## МЕТОДИКА И ПРОЦЕДУРА ИССЛЕДОВАНИЯ

**Методика.** Отправной точкой для исследования идентичности стали тревоги, возникающие у молодых журналистов в начале их профессиональной деятельности. Методика представляла собой стандартный опросник, основу которого составили описания 15-ти переживаний («страхов») начинающих журналистов. Респондентам предлагалось отметить частоту возникновения у них данных переживаний в соответствии с градациями: никогда (0), редко (1), иногда (2), часто (3). Эта система субъективной оценки переживаний была ранее опробована в международном исследовании профессиональных страхов учителей [20].

Перечень «страхов» формулировался на основе предварительных качественных интервью со студентами-журналистами (качественное интервью см.: [21]). В окончательный список вошли наиболее часто упоминаемые ситуации и переживания. После оценки частоты возникновения каждого переживания шёл открытый вопрос об используемых респондентами способах решения данной проблемы: *«что вы делаете, если у вас возникают подобные переживания»*.

**Выборка.** В опросе приняли участие 47 человек, студенты факультетов журналистики разных вузов, в том числе Московского государственного университета (МГУ), Российского университета дружбы народов (РУДН) и Казанского федерального университета (КФУ).

**Обработка результатов.** Закрытые и открытые вопросы анкеты обрабатывались с помощью количественных и качественных методов. Реконструкция субъективного семантического пространства осуществлялась с помощью факторного анализа, достоверность различий между группами студентов устанавливалась на основе непараметрического критерия U-Манна-Уитни. Расчёты проводились с использованием программного па-

кета IBM SPSS Statistics. Количественный анализ был дополнен качественным – анализом самоотчётов респондентов.

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

На первом этапе обработки были рассчитаны средние показатели частоты возникновения каждого переживания (рейтинг страхов представлен в табл. 1). На первое место вышел страх «писать материал на тему, в которой не разбираешься» (средний балл 1,8 из 3 баллов), на последнем – будущее журналистики: «ощущение, что с развитием искусственного интеллекта журналисты не будут востребованы» (средний балл 0,7).

Рейтинг страхов отражает в первую очередь уровень самосознания и саморепрезентации респондентов. Несомненно, он достаточно показателен, но, как можно увидеть, диапазон оценок не слишком велик, все оценки находятся в зоне средней и низкой частоты. Это можно объяснить как низкой тревожностью респондентов, так и общей тенденцией молодых людей к преуменьшению своих опасений и подчёркиванию собственной состоятельности и уверенности в себе. Данная неопределённость составляет основную проблему метода самонаблюдения. Гораздо информативнее простого рейтинга оказались результаты факторного анализа, позволяющие выделить взаимосвязи между переживаниями и таким образом реконструировать их неосознаваемые детерминанты.

**Факторный анализ.** В ходе анализа корреляционной матрицы были выделены три фактора, определяющие группировку переживаний в субъективном семантическом пространстве. В табл. 2 представлены факторные нагрузки переменных (переживаний) по факторам. Наиболее высокие нагрузки выделены цветом.

Переменные (переживания) с наибольшими факторными нагрузками позволяют интерпретировать значение фактора. Рассмотрим содержание каждого фактора в отдельности (табл. 3–5).

**Фактор I** (указаны наиболее значимые пункты в порядке уменьшения факторной нагрузки). Учитывая смысл наиболее нагру-



Средние показатели частоты возникновения переживания

Таблица 1

Average rates of the anxiety occurrence frequency

Table 1

Рейтинг	Тревоги	Средний показатель частоты
1	8. Возникает ли у вас страх писать материалы на тему, в которой вы не разбираетесь (например, политические и экономические материалы, требующие экспертных знаний)	1,79
2	3. Возникает ли у вас страх перед профессионализмом опытных журналистов (ощущение, что журналисты с большим стажем гораздо умнее вас)	1,62
3	14. Возникает ли у вас страх не успеть сделать работу в срок	1,55
4	11. Возникает ли у вас страх утратить интерес к работе и самоуважение из-за низкой заработной платы	1,51
5	2. Возникает ли у вас страх задавать вопросы наставникам (кажется, что если зададите вопрос, вас посчитают глупым)	1,45
6	9. Возникает ли у вас страх брать интервью (опасение, что вы выглядите в глазах интервьюируемых недостаточно опытными)	1,43
7	4. Возникает ли у вас проблема адаптации в новом коллективе (ощущение, что коллеги не примут вас на новой работе)	1,32
8	1. Возникает ли у вас страх перед правками редактора (опасение, что редактор исказит смысл вашего материала)	1,30
9	7. Возникает ли у вас страх перед снижением авторитета журналистики в обществе (ощущение, что ваша аудитория вам не доверяет)	1,26
10	15. Возникает ли у вас страх, что по характеру вы не очень подходите для журналистской работы	1,21
11	10. Возникает ли у вас страх не найти редакции, близкой вам по мировоззрению и убеждениям	1,17
12	13. Возникает ли у вас страх оказаться в экстремальной ситуации	1,13
13	5. Возникает ли у вас страх остаться непонятым как редакцией, так и аудиторией (замысел вашего материала не поняли)	1,00
14	12. Возникает ли у вас страх высказывать собственное мнение (опасение вызвать негативную реакцию у аудитории)	1,00
15	6. Возникает ли у вас страх перед будущим журналистики (ощущение, что с развитием искусственного интеллекта журналисты перестанут быть востребованы)	0,72

женных пунктов, можно интерпретировать данный фактор. В основном эти пункты отражают тревогу, связанную с самовыражением и принятием: высказывать собственное мнение, быть понятым, не выглядеть глупым и пр. Поэтому фактор можно назвать «Тревога самовыражения». Примечательно, что именно этот фактор оказывается ведущим, определяя большую часть дисперсии. Таким образом, основной потребностью журналиста является стремление к самовыражению и принятию.

**Фактор II.** Судя по содержанию пунктов, фактор отражает тревогу, связанную непосред-

ственно с профессиональными навыками и компетенциями. Его можно было бы обозначить как или «тревога адаптации» к профессии.

Фактор III отражает тревоги, связанные с функционированием журналистики как социального института и профессиональной корпорации. Журналист предстаёт здесь в первую очередь как член коллектива, служащий, который зависит и от статуса профессии, и от своего начальства, и от организации работы в редакции. Фактор можно определить как «Тревога служения».

Таблица 2

## Результаты факторного анализа «страхов»

Table 2

## Results of “fears” factor analysis

№ п/п	Тревоги	Факторы		
		I	II	III
1	... страх перед правками редактора (опасение, что редактор исказит смысл вашего материала)	0,013	0,082	0,587
2	... страх задавать вопросы наставникам (кажется, что, если зададите вопрос, вас посчитают глупым)	0,694	0,298	-0,063
3	... страх перед профессионализмом опытных журналистов (ощущение, что журналисты с большим стажем гораздо умнее вас)	0,483	0,648	0,007
4	... проблема адаптации в новом коллективе (ощущение, что коллеги не примут вас на новой работе)	0,589	0,516	-0,068
5	... страх остаться непонятым как редакцией, так и аудиторией (замысел вашего материала не поняли)	0,763	-0,029	0,303
6	... страх перед будущим журналистики (ощущение, что с развитием искусственного интеллекта журналисты перестанут быть востребованы)	0,15	0,107	0,727
7	... страх перед снижением авторитета журналистики в обществе (ощущение, что ваша аудитория вам не доверяет)	0,479	0,317	0,292
8	... страх писать материалы на тему, в которой вы не разбираетесь (например, политические и экономические материалы, требующие экспертных знаний)	0,428	0,692	0,099
9	... страх брать интервью (опасение, что вы выглядите в глазах интервьюируемых недостаточно опытными)	0,507	0,617	-0,175
10	... страх не найти редакции, близкой вам по мировоззрению и убеждениям	0,258	0,12	0,688
11	... страх утратить интерес к работе и самоуважение из-за низкой заработной платы	0,187	0,639	0,448
12	... страх высказывать собственное мнение (опасение вызвать негативную реакцию у аудитории)	0,755	0,072	0,336
13	... страх оказаться в экстремальной ситуации	-0,029	0,636	0,227
14	... страх не успеть сделать работу в срок	0,458	0,205	0,191
15	... страх, что по характеру вы не очень подходите для журналистской работы	0,101	0,706	0,159

Выделенные факторы – Самовыражение, Профессионализм, Служение – по существу отражают три измерения профессиональной идентичности и три основные задачи, которые необходимо решить начинающему журналисту в ходе самоопределения и вхождения в профессию. Фрустрация, разочарование при реализации любой из этих задач может привести к серьёзным внутренним проблемам и даже отказу от профессии.

Как показали ответы респондентов на вопросы о том, как они справляются с тревожными состояниями («что вы делаете,

если у вас возникают подобные переживания»), часто именно институциональные требования («Тревога служения») заставляли респондентов задуматься об отказе от профессии. Особенно болезненными оказались такие переживания, как необходимость подчиняться редакционным требованиям, принимать правки редактора («Просто пытался отвлечься, заняться другим материалом либо выходил из офиса прогуляться и послушать музыку», «Редактор по иерархии – следующий, кто видит мой текст. Нужно смириться», «Принимала всё как есть... Ведь

Таблица 3

Фактор I

Table 3

Factor I

№	Тревоги	Факторы		
		I	II	III
5	... страх остаться непонятым как редакцией, так и аудиторией (замысел вашего материала не поняли)	0,763	–	0,303
12	... страх высказывать собственное мнение (опасение вызвать негативную реакцию у аудитории)	0,755	0,072	0,336
2	... страх задавать вопросы наставникам (кажется, что, если зададите вопрос, вас посчитают глупым)	0,694	0,298	–
4	... проблема адаптации в новом коллективе (ощущение, что коллеги не примут вас на новой работе)	0,589	0,516	0,068
7	... страх перед снижением авторитета журналистики в обществе (ощущение, что ваша аудитория вам не доверяет)	0,479	0,317	0,292
14	... страх не успеть сделать работу в срок	0,458	0,205	0,191

Таблица 4

Фактор II

Table 4

Factor II

№	Тревоги	Факторы		
		I	II	III
15	... страх, что по характеру вы не очень подходите для журналистской работы	0,101	0,706	0,159
8	... страх писать материалы на тему, в которой вы не разбираетесь (например, политические и экономические материалы, требующие экспертных знаний)	0,428	0,692	0,099
3	... страх перед профессионализмом опытных журналистов (ощущение, что журналисты с большим стажем гораздо умнее вас)	0,483	0,648	0,007
11	... страх утратить интерес к работе и самоуважение из-за низкой заработной платы	0,187	0,639	0,448
13	... страх оказаться в экстремальной ситуации	–0,029	0,636	0,227
9	... страх брать интервью (опасение, что вы выглядите в глазах интервьюируемых недостаточно опытными)	0,507	0,617	0,175

Таблица 5

Фактор III

Table 5

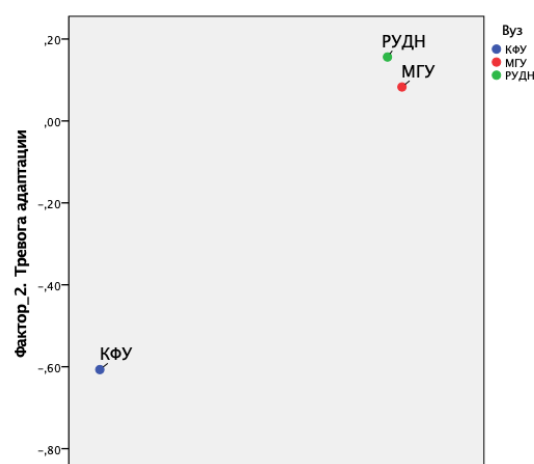
Factor III

№	Тревоги	Факторы		
		I	II	III
6	... страх перед будущим журналистики (ощущение, что с развитием искусственного интеллекта журналисты перестанут быть востребованы)	0,15	0,107	0,727
10	... страх не найти редакции, близкой вам по мировоззрению и убеждениям	0,258	0,12	0,688
1	... страх перед правками редактора (опасение, что редактор исказит смысл вашего материала)	0,013	0,082	0,587
11	... страх утратить интерес к работе и самоуважение из-за низкой заработной платы	0,187	0,639	0,448

редактор всё равно исправляет всё до последнего слова))))», «Приняла решение никогда не работать в журналистике»). Также и судьба профессиональной журналистики вызывает у некоторых респондентов серьёзную тревогу, например, что «с развитием искусственного интеллекта журналисты перестанут быть востребованы» («Поэтому я пошла не только в журналистку, но и в PR, который, скорее всего, не умрёт никогда», «Просто нет желания работать по профессии»).

Таким образом, тревога служения связана с институциональным статусом журналистики: возможным падением авторитета институциональной журналистики, зависимостью журналиста как наёмного работника от работодателя, служебной дисциплины и корпоративных требований. Раньше в условиях абсолютного доминирования институциональных СМИ можно было бы сказать, что зависимость журналиста от издания, канала, где он работает, неизбежна, и с этим просто нужно смириться. Однако многое изменилось благодаря блогосфере, доступности цифровых технологий и разнообразию форм медиа. У профессиональных журналистов, как и у простых пользователей, появилась возможность практически без затрат создавать собственные СМИ и получать выход в глобальное информационное пространство, к какой угодно большой аудитории. Извечная антиномия профессиональной журналистики, обусловленная расхождением интересов работодателя и аудитории, по существу нашла своё разрешение – сама аудитория стала работодателем для журналиста [22]. И эту ситуацию ещё предстоит осмыслить: и тем, кто обучается журналистике, и тем, кто обучает [24].

То, что особенности подготовки в вузе могут влиять на степень адаптации студентов к профессии, обнаружилось в процессе исследования. Так, оказалось, что уровень тревоги студентов разных вузов неодинаков и различается в зависимости от места обучения. Ниже на графиках представлены средние показатели студентов трёх разных вузов в факторном пространстве профессиональных страхов.

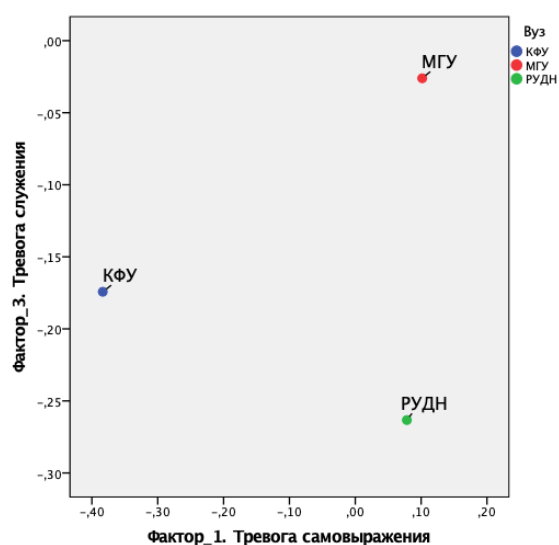


**Рис. 1.** Средние показатели тревоги самовыражения и тревоги адаптации у студентов разных вузов: МГУ – Московский государственный университет; КФУ – Казанский федеральный университет; РУДН – Российский университет дружбы народов

**Fig. 1.** Average indices of self-expression anxiety and adaptation anxiety in students of different universities: MSU – Moscow State University; KFU – Kazan Federal University; PFUR – Peoples' Friendship University of Russia.

Как видно из рис. 1, самая низкая тревога адаптации к профессии у студентов Казанского университета. Объяснение этого явления, возможно, кроется в организации обучения. Во всяком случае, удовлетворённость студентов КФУ учёбой в университете оказалась выше, чем у студентов других вузов. Отвечая на вопрос «Помогает/помогла ли вам учёба справиться с профессиональными трудностями?», студенты КФУ оценили полезность занятий в среднем на 4,8 балла (из 6 возможных); студенты МГУ – на 3,5 балла; студенты РУДН – на 3,2 балла. Различие между результатом студентов КФУ и следующим за ним результатом студентов МГУ статистически значимо по критерию *U*-Манна-Уитни ( $U = 17,5, p < 0,02$ ).

На рис. 2 можно увидеть ещё одну интересную особенность. Уровень **тревоги служения** наиболее высок у студентов МГУ. Как уже говорилось, этот комплекс переживаний связан не столько с творческим самовыражением или обретением профессиональных навыков,



**Рис. 2.** Средние показатели тревоги служения у студентов разных вузов. Обозначения вузов как на рис. 1

**Fig. 2.** Average indices of service anxiety in students of different universities. The designations of universities are as in fig. 1

сколько с проблемами, обусловленными положением журналиста как наёмного работника, рядового служащего: степень зависимости от редакции, престижность и авторитетность статуса журналиста в обществе. Трудно сказать, чем именно объясняется различие в интенсивности переживания данной тревоги у студентов разных вузов. Возможно, определённую роль играет количество

фундаментальных дисциплин, акцент на вопросах философии и этики, миссии журналистики, что заставляет студентов размышлять о перспективах журналистики, а значит, и своих собственных.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Выделенная эмпирически, структура идентичности – **Самовыражение, Профессионализм, Служение** – непосредственно отражает онтологические свойства журналистики как профессии в форме глубоко личного переживании социальной миссии и судьбы. Субъективная взаимосвязь трёх измерений идентичности требует уделять внимание данным вопросам при подготовке журналистов. Так, нарабатывая профессиональные навыки, нельзя забывать о развитии творческих способностей, а также необходимой творческой личности стрессоустойчивости и самоподдержки, поскольку именно творческое самовыражение является основой идентичности журналиста (первый фактор). Говоря о редакционных правилах и профессиональной этике, необходимо включать их в широкий контекст наук о человеке и обществе, обеспечивая таким образом поле для размышлений и зрелого выбора собственной формы служения обществу (третий фактор) (возможность самостоятельно выбрать форму служения обществу).

## Список источников

1. Журналистика XXI века. Возвращаясь к профессиональной идеологии: материалы Междунар. науч.-практ. конф. / отв. ред. С.Г. Корконосенко. СПб.: Медиапир, 2022. 214 с. <https://elibrary.ru/elbspy>
2. Young S., Carson A. What is a Journalist? The view from employers as revealed by their job vacancy advertisements // Journalism Studies. 2018. Vol. 19. № 3. P. 452-472. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1190665>
3. Пронина Е.Е. Профессиональная идентичность журналиста в условиях трансформации СМИ // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2016. № 1. С. 46-74. <https://elibrary.ru/vqszft>
4. Корконосенко С.Г. Дискурс профессиональной идеологии и идентичности журналиста // Журналистика XXI века. Возвращаясь к профессиональной идеологии: материалы Междунар. науч.-практ. конф. / отв. ред. С.Г. Корконосенко. СПб.: Медиапир, 2022. С. 13-16. <https://elibrary.ru/kbpwfw>
5. Дерябина А.С. Правдивость, объективность и гуманизм в восприятии журналистов различных СМИ // Медиакоп. 2016. № 3. <https://elibrary.ru/uvvcxw>
6. Hanitzsch Th., Vos T.P. Journalistic roles and the struggle over institutional identity: the discursive constitution of journalism // Communication Theory. 2017. Vol. 27. № 2. P. 115-135. <https://doi.org/10.1111/comt.12112>



7. Лай Л. Журналистский профессионализм в эпоху «интеллектуальных медиа» // Журналистика XXI века. Возвращаясь к профессиональной идеологии: материалы Междунар. науч.-практ. конф. / отв. ред. Г.С. Корконосенко. СПб.: Медиапир, 2022. С. 133-136. <https://elibrary.ru/tbpglf>
8. Пуля В. Будущее российской журналистики // Медиатренды. 2017. 19 янв. Спецвыпуск. 2017 год: прогнозы медиаэкспертов. URL: <https://www.journ.msu.ru/about/mediatrends/21595/> (дата обращения: 26.05.2023).
9. Fenster M. The Implausibility of Secrecy // Hastings Law Journal. 2014. Vol. 65. № 2. P. 309-363.
10. Hermida A., Thurman N.A. Clash of cultures. The integration of user-generated content within professional journalistic frameworks at British newspaper websites // Journalism Practice. 2008. Vol. 2. № 3. P. 343-356. <https://doi.org/10.1080/17512780802054538>
11. Broersma M., den Herder, Schohaus B. A question of power. The changing dynamics between journalists and sources // Journalism Practice. 2013. Vol. 7. № 4. P. 388-395. <http://dx.doi.org/10.1080/17512786.2013.802474>
12. Jönsson A.M., Örnebring H. User-generated content and the news. Empowerment of citizens or interactive illusion? // Journalism Practice. 2011. Vol. 5. № 2. P. 127-144. <https://doi.org/10.1080/17512786.2010.501155>
13. Королёва М.Н., Пронина Е.Е. Пользовательский контент в текстах российских онлайн-СМИ о трагических событиях // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2022. № 4. С. 21-46. <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.4.2022.2146>, <https://elibrary.ru/pytjps>
14. Блохин И.Н. Параметры идентификации и оценки профессиональной идеологии журналистики // Вопросы теории и практики журналистики. 2023. Т. 12. № 2. С. 183-198. [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2023.12\(2\).183-198](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2023.12(2).183-198), <https://elibrary.ru/kvecaf>
15. Хубецова З.Ф. Политическая журналистика современной России: эволюция профессиональной идеологии vs. модернизация квалификационных требований // Век информации. 2017. № 1. С. 292-299. <https://elibrary.ru/yhedvz>
16. Смирнова О.В., Свитич Л.Г., Денисова Г.В. Психологическая модель личности журналиста: конфликт с реальностью // Меди@льманах. 2021. № 4 (105). С. 38-48. <https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.4.2021.3848>, <https://elibrary.ru/yttmdp>
17. Ленин В.И. С чего начать? // Ленин В.И. Полное собрание сочинений: в 55 т. М.: Изд-во полит. литературы, 1967. Т. 5. С. 1-13.
18. Баранова Е.А. Медиаконвергенция как системообразующий фактор трансформации института СМИ: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М.: РУДН, 2019. 30 с.
19. Pronina E.E. Media psychology: Modern man and nonlocality of psyche // Psychology in Russia: State of the Art. 2014. Vol. 7. № 4. P. 75-87. <http://dx.doi.org/10.11621/pir.2014.0407>
20. Астапов В.М., Еле П., Маслов О.Р., Пронина Е.Е. Профессиональные страхи учителей. Сравнительное социально-психологическое исследование в России и Германии // Народное образование. 2000. № 1. С. 131-142. URL: <https://narodnoe.org/downloads/states/21407>
21. Трубицына Л.В. Качественное слабоструктурированное интервью: метод, возможности, перспективы. М.: Русайнс, 2023. 282 с. <https://elibrary.ru/rjkpsq>
22. Пронина Е.Е., Кириченко А.С. Журналистика и СМИ: разрешение антиномии // Журналистика XXI века. Возвращаясь к профессиональной идеологии: материалы Междунар. науч.-практ. конф. / отв. ред. С.Г. Корконосенко. СПб.: Медиапир, 2022. С. 108-110. <https://elibrary.ru/pvieqy>
23. Тулунов В.В. Профессиональная деформация в современной журналистике // Журналист. Социальные коммуникации. 2015. № 1-2 (17-18). С. 6-11. <https://elibrary.ru/tzvjev>

## References

1. Korkonosenko S.G. (executive ed.). *Materialy Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii «Zhurnalistika XXI veka. Vozvrashchayas' k professional'noi ideologii»* [Materials of the International Scientific and Practical Conference “Journalism of the 21st Century. Returning to the Professional Ideology”]. St. Petersburg, MediaPir Publ., 2022, 214 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/elbspy>
2. Young S., Carson A. What is a Journalist? The view from employers as revealed by their job vacancy advertisements. *Journalism Studies*, 2018, vol. 19, no. 3, pp. 452-472. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1190665>

3. Pronina E.E. The professional identity of a journalist amid changing mass media. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika = Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*, 2016, no. 1, pp. 46-74 (In Russ.) <https://elibrary.ru/vqszt>
4. Korkonosenko S.G. Diskurs professional'noi ideologii i identichnosti zhurnalista [Discourse of professional ideology and journalist identity]. In: Korkonosenko S.G. (executive ed.). *Materialy Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii «Zhurnalistika XXI veka. Vozvrashchayas' k professional'noi ideologii»* [Materials of the International Scientific and Practical Conference "Journalism of the 21st Century. Returning to the Professional Ideology"]. St. Petersburg, MediaPapir Publ., 2022, pp. 13-16. (In Russ.) <https://elibrary.ru/kbpwfw>
5. Deryabina A.S. Truthfulness, objectivity and humanism in the perception of journalists representing various media. *Mediascope = Mediascope*, 2016, no. 3. (In Russ.) <https://elibrary.ru/uvvcxw>
6. Hanitzsch Th., Vos T.P. Journalistic roles and the struggle over institutional identity: the discursive constitution of journalism. *Communication Theory*, 2017, vol. 27, no. 2, pp. 115-135. <https://doi.org/10.1111/comt.12112>
7. Lai L. Zhurnalistskii professionalizm v epokhu «intellektual'nykh media» [Journalistic professionalism in the era of "smart media"]. In: Korkonosenko S.G. (executive ed.). *Materialy Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii «Zhurnalistika XXI veka. Vozvrashchayas' k professional'noi ideologii»* [Materials of the International Scientific and Practical Conference "Journalism of the 21st Century. Returning to the Professional Ideology"]. St. Petersburg, MediaPapir Publ., 2022, pp. 133-136. (In Russ.) <https://elibrary.ru/tbpglf>
8. Pulya V. Budushchee rossiiskoi zhurnalistiki [The future of Russian journalism]. *Mediatrendy* [Media Trends], 2017, January 19, Special Issue. 2017: media experts' forecasts. (In Russ.) Available at: <https://www.journ.msu.ru/about/mediatrends/21595/> (accessed: 26.05.2023).
9. Fenster M. The implausibility of secrecy. *Hastings Law Journal*, 2014, vol. 65, no. 2, pp. 309-363.
10. Hermida A., Thurman N.A. Clash of cultures. The integration of user-generated content within professional journalistic frameworks at British newspaper websites. *Journalism Practice*, 2008, vol. 2, no. 3, pp. 343-356. <https://doi.org/10.1080/17512780802054538>
11. Broersma M., B. den Herder, Schohaus B. A question of power. The changing dynamics between journalists and sources. *Journalism Practice*, 2013, vol. 7, no. 4, pp. 388-395. <http://dx.doi.org/10.1080/17512786.2013.802474>
12. Jönsson A.M., Örnebring H. User-generated content and the news. Empowerment of citizens or interactive illusion? *Journalism Practice*, 2011, vol. 5, no. 2, pp. 127-144. <https://doi.org/10.1080/17512786.2010.501155>
13. Koroleva M.N., Pronina E.E. User-generated content in Russian online media texts about traumatic events. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika = Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*, 2022, no. 4, pp. 21-46. (In Russ.) <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.4.2022.2146>, <https://elibrary.ru/pytjps>
14. Blokhin I.N. Parameters of identification and evaluation of the professional ideology of journalism. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2023, vol. 12, no. 2, pp. 183-198. (In Russ.) [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2023.12\(2\).183-198](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2023.12(2).183-198), <https://elibrary.ru/kvecaf>
15. Khubetsova Z.F. Political journalism in contemporary Russia: evolution of professional ideology vs. modernization of the qualification criteria. *Vek informatsii* [Information Age], 2017, no. 1, pp. 292-299. (In Russ.) <https://elibrary.ru/yhedvz>
16. Smirnova O.V., Svitich L.G., Denisova G.V. Psychological Model of the Journalist's Personality: Conflicting with Reality. *Medi@l'manakh = MediaAlmanah*, 2021, no. 4 (105), pp. 38-48. (In Russ.) <https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.4.2021.3848>, <https://elibrary.ru/yttmdp>
17. Lenin V.I. S chego nachat'? [Where to Start?]. In: Lenin V.I. *Polnoe sobranie sochinenii: v 55 t.* [Complete Works: in 55 vols.]. Moscow, Political Literature Publ., 1967, vol. 5, pp. 1-13. (In Russ.)
18. Baranova E.A. *Mediakonvergentsiya kak sistemoobrazuyushchii faktor transformatsii instituta SMI: avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk* [Media Convergence as a System-Forming Factor in the Transformation of the Media Institution. Dr. habil. (Philology) diss. abstr.]. Moscow, Peoples' Friendship University of Russia Publ., 2019, 30 p. (In Russ.)
19. Pronina E.E. Media psychology: Modern man and nonlocality of psyche. *Psychology in Russia: State of the Art*, 2014, vol. 7, no. 4, pp. 75-87. <http://dx.doi.org/10.11621/pir.2014.0407>
20. Astapov V.M., Ele P., Maslov O.R., Pronina E.E. Professional'nye strakhi uchitelei. Srovnitel'noe sotsial'no-psikhologicheskoe issledovanie v Rossii i Germanii [Professional fears of teachers. Comparative

- socio-psychological research in Russia and Germany]. *Narodnoe obrazovanie* [National Education], 2000, no. 1, pp. 131-142. (In Russ.) Available at: <https://narodnoe.org/downloads/states/21407>
21. Trubitsyna L.V. *Kachestvennoe slabostrukturirovannoe interv'yuu: metod, vozmozhnosti, perspektivy* [Qualitative Low-Structured Interview: Method, Possibilities, Perspectives]. Moscow, Ruscience Publ., 2023, 282 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/rjkpsq>
22. Pronina E.E., Kirichenko A.S. *Zhurnalistika i SMI: razreshenie antinomii* [Journalism and media: resolving the antinomy]. In: Korkonosenko S.G. (executive ed.). *Materialy Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii «Zhurnalistika XXI veka. Vozvrashchayas' k professional'noi ideologii»* [Materials of the International Scientific and Practical Conference "Journalism of the 21st Century. Returning to the Professional Ideology"]. St. Petersburg, MediaPapir Publ., 2022, pp. 108-110. (In Russ.) <https://elibrary.ru/pvieqy>
23. Tulupov V.V. Professional'naya deformatsiya v sovremennoi zhurnalistike [Professional deformation in modern journalism]. *Zhurnalist. Sotsial'nye kommunikatsii* [Journalist. Social Communications], 2015, no. 1-2 (17-18), pp. 6-11. (In Russ.) <https://elibrary.ru/tzvjeb>

#### Информация об авторе

**Пронина Елена Евгеньевна**, доктор филологических наук, кандидат психологических наук, профессор, профессор кафедры цифровой журналистики факультета журналистики, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, г. Москва, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0001-8715-830X>, [pronina.ele-na@gmail.com](mailto:pronina.ele-na@gmail.com)

**Вклад в статью:** разработка идеи, анализ материалов опроса студентов, написание статьи, редактирование.

Поступила в редакцию 15.07.2023

Поступила после рецензирования 08.10.2023

Принята к публикации 12.10.2023

#### Information about the author

**Elena E. Pronina**, Dr. habil. (Philology), PhD (Psychology), Professor, Professor of Digital Journalism Department of Journalism Faculty, Lomonosov Moscow State University., Moscow, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0001-8715-830X>, [pronina.ele-na@gmail.com](mailto:pronina.ele-na@gmail.com)

**Contribution:** idea development, students' survey material analysis, manuscript drafting, editing.

Received July 15, 2023

Revised October 8, 2023

Accepted October 12, 2023

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ / ORIGINAL ARTICLE

УДК / UDC 070

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-878-885>

Шифр научной специальности 5.9.9

## Россия vs Европа: версия Н.Я. Данилевского. Возможности современной медийной интерпретации

Сергей Николаевич ИЛЬЧЕНКО 

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет»

199034, Российская Федерация, г. Санкт-Петербург, Университетская наб., 7-9

✉ [tv\\_and\\_radio@mail.ru](mailto:tv_and_radio@mail.ru)

**Аннотация.** Проанализирована актуальность труда Н.Я. Данилевского «Россия и Европа», в котором представлено исследование отношений этих двух субъектов истории и геополитики. Контекстом анализа служит как традиция отечественной философской мысли и публицистики, так и медийная практика СМИ в наше время. Актуальность данной проблематики сегодня очевидна в силу драматических геополитических обстоятельств, которые вызваны противостоянием России и коллективного Запада в возможных сферах международных отношений: от военного и информационного до культурного и медийного. Рассмотрена онтология подобных отношений на примере культурного контента и сделан вывод о возможности и важности внедрения теоретических посылок русского философа в практику современных отечественных СМИ. По его мнению, нынешние производители отечественного экранного телеконтента упускают возможности активации, полагаясь, в основном, на актуальную информацию и не углубляясь, за редким исключением, в исторические предпосылки возникновения антагонизма между Россией и Западом, Россией и Украиной. Между тем, как показывает отечественный опыт использования исторических идеологем, их актуализация в доминирующем общественном дискурсе, подобный фактор способен сыграть определяющую роль в корректировке массового сознания в направлении большей стабилизации на принципах внятной самоидентификации граждан, в основе которой лежит патриотическая идея.

**Ключевые слова:** Н.Я. Данилевский, Россия, Европа, славянофильство, культурно-исторический тип, медиа, политический дискурс

**Для цитирования:** Ильченко С.Н. Россия vs Европа: версия Н.Я. Данилевского. Возможности современной медийной интерпретации // Неофилология. 2023. Т. 9. № 4. С. 878-885. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-878-885>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



## Russia vs Europe: N.Y. Danilevsky's version. Possibilities of modern media interpretation

Sergey N. ILCHENKO 

Saint Petersburg State University

7-9 Universitetskaya Emb., St. Petersburg 199034, Russian Federation

✉ [tv\\_and\\_radio@mail.ru](mailto:tv_and_radio@mail.ru)

**Abstract.** The relevance of N.Y. Danilevsky's work "Russia and Europe" is analyzed, which presents a study of the relations of these two subjects of history and geopolitics. The context of the analysis is both the tradition of Russian philosophical thought and journalism, and the media practice of the media in our time. The relevance of this issue is obvious today due to the dramatic geopolitical circumstances caused by the confrontation between Russia and the collective West in possible spheres of international relations: from military and informational to cultural and media. We consider the ontology of such relations on the example of cultural content and come to the conclusion about the possibility and importance of introducing the theoretical premises of the Russian philosopher into the practice of modern domestic media. In his opinion, the current producers of domestic on-screen TV content are missing activation opportunities, relying mainly on up-to-date information and not delving, with rare exceptions, into the historical prerequisites for the emergence of antagonism between Russia and the West, Russia and Ukraine. Meanwhile, as the domestic experience of using historical ideologies shows, their actualization in the dominant public discourse, such a factor can play a decisive role in correcting mass consciousness in the direction of greater stabilization on the basis of distinct self-identification of citizens, which is based on a patriotic idea.

**Keywords:** N.Y. Danilevsky, Russia, Europe, Slavophilism, cultural and historical type, media, political discourse

**For citation:** Ilchenko, S.N. Russia vs Europe: N.Y. Danilevsky's version. Possibilities of modern media interpretation. *Neofilologiya = Neophilology*, 2023;9(4):878-885. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-878-885>



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



### ВВЕДЕНИЕ

В современных условиях острейшего геополитического противостояния нашей страны так называемому «коллективному Западу» особенную, аксиологическую важность приобретает опора на отечественную политологическую и историософскую традицию, восходящую своими корнями к идеям тех мыслителей и философов, которые в прежней парадигме номинировали как «славянофилы». И также очевидно, что в актуализированной повестке дня им противопоставит конфронтационно термин «западники».

### РЕЗУЛЬТАТЫ

Нельзя не отметить тот факт, что в западной культурной и медийной традиции Россия как носитель определённых идеологем и эстетики присутствовала постоянно. Во всяком случае, в XX веке. Мы не намерены анализировать те русофобские тенденции, которые проявлялись в западных историософских и литературных свидетельствах ещё в XVII веке [1]. Это задача историков и литературоведов. Мы обратимся к примерам, которые более близки к нам с точки зрения исторической дистанции и включённости в отечественное культурное и медийное про-



странство. Обращает на себя внимание тот факт, что, например, в западном кинематографе неоднократно подвергались кино- и телеэкранизациям классические, можно даже сказать, ключевые, произведения русской литературы двух предшествующих столетий – «Преступление и наказание» Ф.М. Достоевского, «Война и мир» и «Анна Каренина» Л.Н. Толстого, «Доктор Живаго» Б.Л. Пастернака, «Один день Ивана Денисовича» А.И. Солженицына, «Тихий Дон» М.А. Шолохова. Это – отдельная тема для исследования, но мы отметим очевидное обстоятельство: включённость корпуса отечественных текстов в культурный и медийный обиход Запада.

Ещё одним немаловажным фактом является то внимание, которое оказывают в отношении России и её истории известные литераторы и писатели самых разных убеждений и взглядов. При этом, что кажется характерной тенденцией, их интерес сфокусирован на переломных и драматических этапах русской истории. А в романе Э. Резерфорда «Русское» [2] вообще дана реальная историческая панорама России от II века н. э. до начала XX века. Двум ключевым фигурам в русской общественной мысли – Достоевскому и Нечаеву – посвящён роман Дж.М. Кутзее «Осень в Петербурге» [3]. Глубоко символично то обстоятельство, что сюжет в этой книге стартует как раз в 1869 г., то есть ровно тогда, когда из печати выходит труд Н.Я. Данилевского «Россия и Европа» [4], который и является для нас предметом самого пристального рассмотрения в контексте современных геополитических столкновений отечественной и западной цивилизаций.

Периоду индустриализации в СССР посвящён и неоконченный текст итальянского писателя Курцио Маллапарте «Бал в Кремле» [5]. Послевоенные сталинские репрессии стали основным историческим контекстом романа английской писательницы Х. Данмор «Изменник» [6], в котором разыгрывается сюжет, связанный с «делом врачей». Показательно, что в романе другого англоязычного автора К. Фоллетта «Человек из Санкт-Петербурга» [7], в котором разыгрывается шпионский сюжет в канун Первой мировой войны, в качестве активно действующих

персонажей автором «привлечены» представители российской политической элиты.

Мы можем констатировать, что Россия как объект медийного и культурного внимания всегда находилась в тематических трендах Запада. И отношение к нашей стране, и шире – цивилизации, редко было нейтральным. О парадоксе подобной ситуации на протяжении столетий и её причинах размышляет в своём основательном труде Ги Меттан [8].

Не менее показательным выглядит и другой факт. В ряде работ отечественных исследователей, занимающихся разработкой научной тематики, связанной с информационными войнами и идеологическим противостоянием Западу, практически остаётся вне зоны их интересов как раз онтологический аспект той ситуации, которая обострилась в буквальном смысле слова на наших глазах [9–12]. Даже в книгах и публичных выступлениях ряда политологов и публицистов тема противостояния «Россия – Запад» не исследуется, а лишь номинируется и обозначается как некое объективное условие функционирования отечественной политической системы [13]. Не менее показательно и то, что ряд пролиберальных и прозападных журналистов никоим образом не использует обозначенную нами тематику. Её обходят даже те деятели СМИ, которые были признаны иноагентами в недавнем прошлом. Игнорируют подобную тематику и зарубежные журналисты [14].

Между тем традиции отечественной литературы, в том числе и публицистики, свидетельствуют о том, что тема самобытности и самоидентификации русского народа и России как некоего геополитического понятия была в центре внимания многих поколений деятелей отечественной культуры и литературы. Об этом существует достаточное количество текстовых свидетельств, с которыми при желании может ознакомиться каждый желающий деятель СМИ [15]. Но актуализации комплекса соответствующих идей и тем, связанных с данной проблематикой, на уровне аналитики в отечественном медиапространстве мы, к сожалению, не наблюдаем в полной мере. Мы признаём наличие определённых речевых устоявшихся комбинаций и идеологем, постоянно звучащих в ра-

дио- и телеэфире. Но дальше этого озвученные заявления и реплики не продвигают проблематику в публичном дискурсе. Анализируются больше сиюминутные моменты в дихотомии «Россия – Запад», тогда как более глубокий анализ её происхождения и этапов развития мог бы спродуцировать и в медиадискурсе, и в общественном массовом сознании обсуждение подобной проблематики. Перечислим те программы, которые уже выходят в эфир федеральных телеканалов: «Информационный канал» (Первый канал), «Большая игра» (Первый канал), «60 минут» («Россия»), «Вечер с Владимиром Соловьёвым» («Россия-1»), «Место встречи» (НТВ), «Вечер трудного дня» (78-й канал), «Есть тема» («Матч! Страна»), «ОТР. Главное» (канал ОТР), «Открытый эфир», «Между тем», «Здравствуйте, товарищи!» (канал «Звезда»). Своеобразной попыткой осмыслить происходящие события выглядит проект «Соловьёв. Live», выходящий в радио-, телеверсии и в Сети. Здесь также нам видится потенциал для обсуждения проблем фундаментальности противостояния России и Запада.

Из всех спикеров, которые наличествуют в экранном контенте центральных телеканалов или в радиэфире соответствующих радиостанций, пожалуй, только кинорежиссёр К.Г. Шахназаров (программа «Вечер с Владимиром Соловьёвым» канал «Россия-1») постоянно воспроизводит в своих репликах и комментариях данную тематику, явно апеллируя к историческому опыту нашей страны.

Определённые возможности для расширения дискуссии на тему «Россия – Запад» предоставляет новый курс «Основы российской государственности», который в настоящее время вводится в активный оборот в системе отечественного высшего образования. Именно в рамках чтения лекций и проведения занятий по данной весьма важной дисциплине возможно расширенное рассмотрение вместе с обучающимися проблемы самоидентификации России, её граждан. Быть может, вплоть до проведения дискуссии на тему «Что значит быть гражданином России?». Возможен и более радикальный вариант формулировки темы, напрямую смыкающийся с размышлениями Н.Я. Данилев-

ского, «Что значит быть русским?». В этом же контексте имеет смысл предложить массовой аудитории систему соответствующих популяризирующих форматов культурно-просветительского направления в рамках деятельности возрождённого на новых принципах общества «Знание». Опорными в этом виде деятельности стали бы циклы о самобытности отечественной истории, культуры и искусства с наглядными иллюстрациями в виде фильмов и сериалов. Эти же форматы могут быть адаптированы и в рамках наполнения эфирного теле- и радиоконтента, а также создания конкретных порталов и подкастов, ориентированных на подобную проблематику. Здесь можно вспомнить в качестве примера цикл передач Всесоюзного радио «Годы великой жизни», посвящённый 100-летию В.И. Ленина (1970). Или цикл документальных фильмов «Летопись полувека», снятых к 50-летию Великой Октябрьской революции (1967).

Сегодня очевидно, что эта линия обращения к истории должна быть как никогда актуализирована. И в этой коннотации опыт острейшей общественной полемики в жизни России в XIX веке между «западниками» и «славянофилами» воспринимается совершенно иначе: актуально и функционально. Особенно в контексте обособления парадигмы, получившей наименование «Русский мир», что способствует формированию комплекса научных и идей смыслов, могущих воспрепятствовать попыткам идеологического и информационного подавления как государства, так и общества в России. Именно по вышеозвученным нами теоретическим мотивам в данном материале мы принимаем термин «славянофильство» как некое компромиссное определение, позволяющее нам объединить под единый зонтичный бренд тех общественных деятелей и публицистов, которые в своей научной и творческой деятельности отстаивали идеи национальной самобытности России на различных этапах её исторического развития.

Это предупреждение было крайне необходимо для того, чтобы обратиться к философскому наследию Н.Я. Данилевского.

В 2022 г. исполнилось 200 лет со дня рождения этого выдающегося учёного и пат-

риота Отечества. Однако нынешний 2023 г. со всей наглядностью продемонстрировал, что комплекс мнений и суждений Н.Я. Данилевского обрёл ещё большую актуальность. Быть может, даже ещё более важную ныне, чем в тот исторический момент, когда они стали достоянием русского общества в середине XIX века.

Речь идёт об историко-философском сочинении «Россия и Европа», опубликованном в 1869 г. Мы не намерены подробно обсуждать предложенную Николаем Яковлевичем концепцию развития человеческой цивилизации. Это – задача более обширного и всестороннего анализа. Остановимся лишь на оценке отношений тех двух субъектов истории, номинации которых учёный вынес в название своего концептуального труда. Сегодня очевидно, что подобная бинарная схема мыслимого исторического противостояния трансформировалась в иное, более обобщающее сочетание «Россия и Запад», что мы будем учитывать при рассмотрении комплекса основных идей Н.Я. Данилевского.

Мы лишь позволим себе напомнить о том, что Н.Я. Данилевский фактически отказывал истории как процессу в развитии и объединении цивилизаций. Человечество он считал слишком отвлечённым и неконкретным понятием. При этом он считал Россию и славянство конкретным культурно-историческим типом. По его мнению, в качестве действительных носителей исторической жизни выступают всего лишь несколько «естественных групп», которые оказались обособленными в силу совокупности объективных и субъективных географических и исторических причин. Именно этот подход позволил Н.Я. Данилевскому номинировать их как культурно-исторические типы.

В этой теоретической логике понятие «Европа» кажется учёному излишне перегруженным с точки зрения истории и политики. С его точки зрения это – всего лишь географическое понятие, которое объединяет субъектов международного права исключительно по территориальному принципу, не более.

Стартовый вывод исследователя настолько справедлив, сколь и очевиден.

«Дело в том, что Европа не признает нас своими, – констатирует Н.Я. Данилевский. – Она видит в славянах вообще нечто ей чуждое, а вместе с тем такое, что не может служить для неё простым материалом, из которого она могла бы извлекать свои выгоды, как извлекает из Китая, Индии, Африки, большей части Америки и т. д. ...» [4, с. 57]. Продолжение этой мысли выглядит ещё более критичным: «Русский в глазах их [европейцев. – С. И.] может претендовать на достоинство человека только тогда, когда уже потерял свой национальный облик» [4, с. 59]. Дальнейшее содержание труда учёного как раз и есть развитие его историко-философских идей. В результате логика его изложения приводит к ряду тезисов, которые могут показаться чрезмерно актуальными, но стоит напомнить ещё раз о дате выхода этой работы (1869).

Н.Я. Данилевский приходит к однозначному выводу: «Борьба с Западом – единственное спасительное средство как для излечения наших русских культурных недугов, так и для развития общеславянских симпатий, для поглощения ими мелких раздоров между разными славянскими племенами и направлениями» [4, с. 452]. А далее следует отповедь возможным оппонентам, утверждающим агрессивность как имманентное национальное свойство русской нации. «Нас обвиняют, может быть, в проповеди вражды, в восхвалении войны, – предвосхищает он будущую критику не только в XIX, но и в XXI веке. – Такое обвинение было бы несправедливо: мы не проповедуем войны – уже по одному тому, что такая проповедь была бы слишком смешна из наших слабых уст; мы утверждаем лишь, и не только утверждаем, но и доказываем, что борьба неизбежна, и полагаем, что хотя война очень большое зло, однако же не самое ещё большее, – что есть нечто гораздо худшее войны, от чего война и может служить лекарством, ибо «не о хлебе едином жив будет человек» [4, с. 454].

И более чем актуальной выглядит следующая политическая максима Н.Я. Данилевского: «Но если невозможно и вредно устранить себя от европейских дел, то весьма

возможно, полезно и даже необходимо смотреть на все эти дела всегда и постоянно с нашей особой, русской точки зрения, применяя к ним как единственный критерий оценки: какое отношение может иметь то или другое событие, направление умов, та или другая деятельность влиятельных личностей к нашим особым русско-славянским целям; какое могут они оказать препятствие или содействие им» [4, с. 459].

Удивляет прозорливость философа и историка Н.Я. Данилевского, чьи прогнозы носят настолько точный характер, что остаётся только сожалеть о том, что они не были услышаны и запущены в научный оборот не только в прошлом, но и нынешнем веке: «Если Россия не принадлежит к Европе ни по кровному родству, ни по усыновлению, если главные цели Европы и России (или, точнее, славянства, которому она служит представительницей) противоположны одна другой, взаимно отрицают друг друга уже по коренной исторической противоположности, глубоко лежащей в самом основном плане целого длинного периода всемирной истории... то само собою разумеется, что Россия заинтересована не в охранении, не в восстановлении этого равновесия, а в совершенно противоположном» [4, с. 461].

Нам остаётся лишь напомнить тот научный вывод, к которому пришёл Н.Я. Данилевский в результате своего анализа отношений России и Европы: «Итак, великая борьба, предстоящая в более или менее близком будущем русскому народу, и по правоте и по святости дела, которое он должен будет защищать, и по особым свойствам его государственного строя, может и должна принять характер героический» [4, с. 481].

В целом, комплекс идей, связанных с анализом сути противостояния России и Европы, корреспондирует с доминирующим дискурсом в медийной сфере. Особенно с учётом возникших принципиальных изменений в информационной политике как отечественных, так и зарубежных СМИ. В нынешней ситуации очевидно, что информационное противостояние двух медийных систем только обостряется и приобретает всё более и более конфликтный характер. Поэтому идео-

логическое «подкрепление» политическому дискурсу в работе российских журналистов и медиа, на наш взгляд, крайне важно. С учётом прославянских идей Н.Я. Данилевского. С учётом парадигмы единства «Русского мира» как важнейшей идеологии в структуре контента российских СМИ всех видов, статусов и идейных векторов их информационной политики, открытость противостояния между «нами» и «ими» есть некоторое послабление с точки зрения формы и содержания, с помощью которых российские и пророссийские медиа ведут свою тяжёлую борьбу по дезавуированию своих западных противников и их деятельности, ориентированной на фейковое содержание, использование пост-правды, а также в связи с активизацией такого формата, как газлайтинг.

Именно поэтому важно активнее и шире использовать те идеи и мысли, которые были высказаны ещё в XIX веке Н.Я. Данилевским. Они придают солидный теоретический фундамент нашей информационной «обороне» и формируют предпосылки для ответного «контрнаступления» в области медиа.

Даже беглый анализ того, как изменился контент ведущих телевизионных вещателей на федеральном уровне, показывает существенную перестройку (жанровую и тематическую) в том, как отечественные СМИ и журналисты стремятся насытить текущую повестку дня с конструктивным вектором дальнейшего развития разнообразием тем и форматов. И все это происходит на солидном идейном фундаменте, заложенном соответствующими философами Отечества. И среди них имя Н.Я. Данилевского – одно из важнейших.

О воздействующем потенциале подобной модели активирования исторического знания и соответствующих идеологем из прошлого свидетельствует опыт конкретного периода в истории нашей страны, известный как «период перестройки и гласности». Во второй половине 1980-х гг. именно насыщение медийного пространства прежде запретными фактами и сведениями из советской истории середины XX века, публикация соответствующих документов и материалов, литературных произведений, выпуск в про-



кат прежде «полочных фильмов», – всё это в своей совокупности в немалой степени способствовало развороту массового сознания граждан СССР в направлении требований о радикальной реформе всей политической и экономической государственной системы. Впрочем, неконтролируемость данного процесса трансформации общественных настроений привела к радикализации общества, в том числе и СМИ. Последующая цепь взаимосвязанных событий в немалой степени предопределила неадекватное использование медиа в доминирующем политическом дискурсе и, как следствие, разрушению прежде мощного государства. Отчасти именно отказ

от схемы противостояния России и Запада позволил либеральным взглядам взять верх. Что, в свою очередь, привело к необратимым последствиям в идеологической сфере.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

При этом сегодня очевидно, что чем чаще будет возникать в публичном дискурсе эта идеологическая схема «Россия – Запад», как система взглядов, чем чаще она будет обсуждаться в обществе, тем больше шансов на успех в идеологическом противостоянии с нашими политическими оппонентами. Роль медиа в такой парадигме более чем решающая.

## Список источников

1. Литературная матрица. Россия глазами иностранцев: сб. / сост. Д.В. Соловьёв. СПб.: ООО «Литературная матрица», 2023. 432 с.
2. Резерфорд Э. Русское: роман / пер. с англ. С. Ардынской, И. Куберского, Т. Шушлебиной, А. Щениковой. СПб.: Азбука, Азбука-Аттикус, 2021. 1056 с.
3. Кутзее Дж.М. Осень в Петербурге / пер. с англ. С. Ильина. М.: Эксмо, 2019. 288 с.
4. Данилевский Н.Я. Россия и Европа. М.: Алгоритм, 2018. 560 с.
5. Малапарте Курцио. Бал в Кремле / пер. с итал. А.В. Ямпольской. М.: АСТ: Ред. Елены Шубиной, 2019. 347 с.
6. Данмор Х. Изменник / пер. с англ. М. Валеевой. СПб.: Аркадия, 2019. 480 с.
7. Фоллетт К. Человек из Санкт-Петербурга. М.: АСТ, 2014. 480 с.
8. Меттан Г. Запад – Россия: Тысячелетняя война. История русофобии от Карла Великого до украинского кризиса. М.: АСТ, 2023. 448 с.
9. Иванов А.Г., Тихонова С.В., Линченко А.А., Полякова И.П. Мифы о прошлом в современной медиасреде: практики конструирования, механизмы воздействия, перспективы использования. СПб.: Алетейя, 2022. 330 с.
10. Землянова Л.М. Журналистика и коммуникативистика. Концептуализация медийных процессов в современной зарубежной науке. М.: МедиаМир, 2012. 188 с.
11. Коняшин С.С. Стереотипы в информационно-новостном управлении общественным мнением (на примере телевизионных СМИ). М.: ЛЕНАНД, 2018. 200 с.
12. Манойло А.В. Информационные войны и психологические операции. Руководство к действию. М.: Горячая линия – Телеком, 2018. 496 с.
13. Сатановский Е.Я. Записки пожилого человека. М.: Эксмо, 2020. 416 с.
14. Толентино Джа. Кривое зеркало. Как на нас влияют Интернет, реалити-шоу и феминизм. М.: Эксмо, 2020. 352 с.
15. Русские писатели и публицисты о русском народе / сост. Д. Соловьёв. СПб.: Лимбус Пресс, 2016. 384 с.

## References

1. Solov'ev D.V. (compiler). *Literaturnaya matritsa. Rossiya glazami inostrantsev* [Literary Matrix. Russia Through the Eyes of Foreigners]. St. Petersburg, LLC "Literary Matrix", 2023, 432 p. (In Russ.)
2. Rezerford E. *Russka: Novel*. St. Petersburg, Azbuka, Azbuka-Attikus Publ., 2021, 1056 p. (In Russ.)
3. Kutzee J.M. *The Master of Petersburg*. Moscow, Eksmo Publ., 2019, 288 p. (In Russ.)
4. Danilevskii N.Ya. *Rossiya i Evropa* [Russia and Europe]. Moscow, Algoritm Publ., 2018, 560 p. (In Russ.)
5. Malaparte Kurtzio. *The Kremlin Ball*. Moscow, AST: Elena Shubina Editorial, 2019, 347 p. (In Russ.)
6. Danmor Kh. *The Betrayal*. St. Petersburg, Arkadia Publ., 2019, 480 p. (In Russ.)



7. Follett K. *The Man from St. Petersburg*. Moscow, AST Publ., 2014, 480 p. (In Russ.)
8. Mettan G. *West-Russia: The Millennium War. History of Russophobia from Charlemagne to the Ukrainian Crisis*. Moscow, AST, 2023, 448 p. (In Russ.)
9. Ivanov A.G., Tikhonova S.V., Linchenko A.A., Polyakova I.P. *Mify o proshlom v sovremennoi mediasrede: praktiki konstruirovaniya, mekhanizmy vozdeistviya, perspektivy ispol'zovani* [Myths about the Past in the Modern Media Environment: Design Practices, Mechanisms of Influence, Prospects for Use]. St. Petersburg, Aletheia Publ., 2022, 330 p. (In Russ.)
10. Zemlyanova L.M. *Zhurnalistika i kommunikativistika. Kontseptualizatsiya mediinykh protsessov v sovremennoi zarubezhnoi nauke* [Journalism and Communication Studies. Conceptualization of Media Processes in Modern Foreign Science]. Moscow, MediaMir, 2012, 188 p. (In Russ.)
11. Konyashin S.S. *Stereotipy v informatsionno-novostnom upravlenii obshchestvennym mneniem (na primere televizionnykh SMI)* [Stereotypes in Information and News Management of Public Opinion (Using the Example of Television Media)]. Moscow, LENAND Publ., 2018, 200 p. (In Russ.)
12. Manoilo A.V. *Informatsionnye voyny i psikhologicheskie operatsii. Rukovodstvo k deistviyu* [Information Warfare and Psychological Operations. Guide to Action]. Moscow, Goryachaya liniya – Telekom Publ., 2018, 496 p. (In Russ.)
13. Satanovskii E.Ya. *Zapiski pozhilogo cheloveka* [Notes from an Elderly Man]. Moscow, Eksmo Publ., 2020, 416 p. (In Russ.)
14. Tolentino Dzhia. *Trick Mirror. Reflections on Self-Delusion*. Moscow, Eksmo Publ., 2020, 352 p. (In Russ.)
15. Solov'ev D. (compiler). *Russkie pisateli i publitsisty o russkom narode* [Russian Writers and Publicists about the Russian People]. St. Petersburg, Limbus Press, 2016, 384 p. (In Russ.)

#### Информация об авторе

**Ильченко Сергей Николаевич**, доктор филологических наук, кандидат искусствоведения, профессор, профессор Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций», Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0002-7301-3203>, [tv\\_and\\_radio@mail.ru](mailto:tv_and_radio@mail.ru)

**Вклад в статью:** концепция исследования, сбор художественных, публицистических и медийных источников, анализ текстов и СМИ, написание текста статьи.

Поступила в редакцию 24.07.2023  
Поступила после рецензирования 03.10.2023  
Принята к публикации 12.10.2023

#### Information about the author

**Sergey N. Ilchenko**, Dr. habil. (Philology), PhD (Art History), Professor, Professor of Institute "School of Journalism and Mass Communications", Saint Petersburg State University, St. Petersburg, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0002-7301-3203>, [tv\\_and\\_radio@mail.ru](mailto:tv_and_radio@mail.ru)

**Contribution:** study conception, artistic, journalistic and media sources collection, text and media analysis, manuscript text drafting.

Received July 24, 2023  
Revised October 3, 2023  
Accepted October 12, 2023

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ / ORIGINAL ARTICLE

УДК / UDC 070

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-886-901>

Шифр научной специальности 5.9.9

## Изменения журнального сегмента отечественной медиаиндустрии в 2022–2023 гг.: ребрендинг глянцевого издания

Екатерина Анатольевна ЗВЕРЕВА 

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина»  
392000, Российская Федерация, г. Тамбов, ул. Интернациональная, 33

✉ [Katya9\\_2001@mail.ru](mailto:Katya9_2001@mail.ru)

**Аннотация.** В ситуации интенсивных изменений общества резко меняются условия функционирования компаний, и возникает необходимость трансформации сложившегося бренда. В 2022 г. реакция отечественных глянцевого издания на объективные условия новой реальности разделяется на три вида: одни закрылись, другие остались в прежнем виде, третьи изменили свои бренды. Материалом исследования являются глянцевые издания, осуществившие ребрендинг: TechInsider, «Новый очаг», The Symbol, Men Today, U Magazine, The VOICE, «Правила жизни». Целью данного исследования является изучение состояния журнального сегмента отечественной медиаиндустрии в период проведения ребрендинга глянцевого издания. К методам, использованным в ходе нашего исследования, относится системный анализ, включающий сравнительный и функциональный подходы. Для наглядной презентации результатов исследования все его части выстроены по единой схеме: вербальные и визуальные атрибуты бренда, медиаконтент (публикация), стратегия развития в цифровом поле, ценности бренда. Оценка характера ребрендинга исходит из факта сохранения или трансформации ценностного уровня. В результате сформулированы выводы о том, что издания по-разному воспользовались ситуацией: большинство изданий не отходят от сложившегося мирового бренда и проводят частичный ребрендинг, другие, наоборот, решают функционировать дальше в новом виде. Полноценный ребрендинг проводят The VOICE и «Правила жизни», полностью меняя как внешний, так и внутренний облик издания. В итоговой таблице представлены итоги исследования и выводы о характере проведенного ребрендинга.

**Ключевые слова:** глянцевые журналы, медиаиндустрия, ребрендинг, атрибуты бренда, ценности

**Для цитирования:** Зверева Е.А. Изменения журнального сегмента отечественной медиаиндустрии в 2022–2023 гг.: ребрендинг глянцевого издания // Неофилология. 2023. Т. 9. № 4. С. 886-901. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-886-901>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



## Changes in the magazine segment of the domestic media industry in 2022–2023: rebranding of glossy publications

Ekaterina A. ZVEREVA 

Derzhavin Tambov State University  
33 Internationalnaya St., Tambov, 392000, Russian Federation  
✉ [Katya9\\_2001@mail.ru](mailto:Katya9_2001@mail.ru)

**Abstract.** In a situation of intensive changes in society, the conditions for the functioning of companies change dramatically, and there is a need to transform the existing brand. In 2022, the reaction of domestic glossy publications to the objective conditions of the new reality is divided into three types: some closed, others remained the same, and others changed their brands. The research material is glossy publications that have carried out rebranding: TechInsider, “Novyi ochag”, The Symbol, Men Today, U Magazine, The VOICE, “Pravila zhizni”. The purpose of this research is to study the state of the magazine segment of the domestic media industry during the rebranding of glossy publications. The methods used in the course of our research include system analysis, including comparative and functional approaches. For a visual presentation of the research results, all its parts are built according to a single scheme: verbal and visual brand attributes, media content (categorization), development strategy in the digital field, brand values. Evaluation of the rebranding nature comes from the fact of preservation or transformation of the value level. As a result, conclusions are drawn that publications took advantage of the situation in different ways: most publications do not depart from the established global brand and carry out partial rebranding, while others, on the contrary, decide to continue functioning in a new form. A full-fledged rebranding is carried out by “The VOICE” and “Pravila zhizni”, completely changing both the external and internal appearance of the publication. The final table presents the results of the study and conclusions about the nature of the rebranding.

**Keywords:** glossy magazines, media industry, rebranding, brand attributes, values

**For citation:** Zvereva, E.A. Changes in the magazine segment of the domestic media industry in 2022–2023: rebranding of glossy publications. *Neofilologiya = Neophilology*, 2023;9(4):886-901. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-886-901>



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



### ВВЕДЕНИЕ

Отечественная медиаиндустрия XXI века представляет собой систему многочисленных взаимодействующих факторов с несомненным доминированием социокультурного, технологического и экономического, трансформирующих структуру, функции медиа и стимулирующих развитие постоянным спросом на информацию и удовлетворение потребностей аудитории. Исследователи правомерно связывают значение медиаиндустрии

не только с влиянием на экономику и потребление, но с «особой ролью в социокультурном контексте общества, <...> процессами формирования культурных ценностей и поведения людей» [1, с. 12].

При изучении развития журнального рынка как сегмента медиаиндустрии начала XXI века нами были определены три периода – докризисный (2006–2007 гг.), кризисный (2008–2009 гг.) и посткризисный (2010–2012 гг.) [2, с. 5] и исследованы ключевые тенденции обозначенных периодов: изда-

тельные и рекламные стратегии журнального рынка, его типологические модификации и перспективы развития изданий, связанные с использованием новых платформ потребления и доставки медиаконтента [2, с. 7]. Стоит подчеркнуть, что изучение журнального рынка указанного периода активно проводилось в работах Н.Н. Мироненко (2007) [3], М.С. Башкеева (2009) [4], А.В. Вырковского (2010) [5], авторов докладов круглого стола «Современный журнал как успешный бизнес» (2007) [6] и др. К анализу тенденций развития журнального рынка последующих лет обращались А.А. Цаканян (2015) [7], Т.В. Арефьева (2016) [8], О.Л. Науменко (2019), отмечающая, наряду со значительным сокращением объёмов печатной периодики, изменения в структуре и источниках доходов издательских компаний, роль новых технологий в закреплении лидеров рынка [9, с. 238].

Исследования 2022–2023 гг. акцентируют влияние социально-политических факторов на рынок прессы: если работа Е.В. Калашниковой (2022) [10] сфокусирована на воздействии пандемии коронавирусной инфекции на предпочтения аудитории, то публикация Т.Л. Каминской (2023) позволяет сформулировать обобщающие выводы о состоянии отечественного бизнеса прессы в новых социально-политических условиях «санкций, ограничений, разрыва деловых связей, ухода с российского медийного рынка ряда изданий (часть из которых заблокирована Роскомнадзором), ухода крупных брендов-рекламодателей, логистических проблем, дефицита сырья, нерегулируемого повышения цен» [11, с. 53]. Учёный обоснованно отмечает: «Мировые исследования показывают рост доверия к медийным брендам как неожиданный побочный продукт пандемии, и, по-видимому, возрождение уверенности журналистов в ценности их продукта» [11, с. 54].

Несомненно, индустрия отечественного глянца в основном представляет собой устоявшиеся журнальные бренды, заслужившие высокий уровень доверия аудитории благодаря достоверности, актуальности и качеству информации. У брендов изданий, имеющих давнюю «бумажную» историю, есть явные

преимущества перед новыми сетевыми журналами: за длительный период было создано «поле» бренда, и у лояльной аудитории сформировалась привычка к потреблению его контента.

## ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

При анализе современных журнальных брендов следует учитывать значение бренда и как торговой марки, на которую должен реагировать потребитель, и как знака, символа, призванного «в культуре постмодерна подчеркнуть замену рационального мышления ассоциативным» [12, с. 196-197]. В таком понимании брендинг выступает своеобразной «системой координат», позволяющей «идентифицировать себя с той или иной системой ценностей, найти единомышленников. Именно вокруг брендов, как вокруг лидеров мнения, формируются сообщества – сообщества тех, кто разделяет сходные принципы, имеет в жизни сходные цели» [13, с. 294]. Следовательно, любые изменения бренда (ребрендинг) представляют собой комплекс мероприятий по изменению не только визуальных и вербальных атрибутов бренда (логотипа, фирменных цветов, слогана и др.), но и по трансформации ценностного уровня и формированию новой стратегии (модели) функционирования [14, с. 126].

## АКТУАЛЬНОСТЬ

В ситуации интенсивных социальных и экономических изменений общества резко меняются условия функционирования компаний, и возникает необходимость трансформации сложившегося бренда, даже успешного, стабильного и беспроblemного. Могут сложиться обстоятельства, при которых вынужденно происходит брендинг компании, преобразовывается фирменный стиль и способ «создания долговременного потребительского предпочтения к конкретному товарному знаку»<sup>1</sup>. Так, изменение рынка влечёт за собой трансформацию бренда и

<sup>1</sup> Шарков Ф.И. Константы гудвилла: стиль, публичность, репутация, имидж и бренд фирмы. М.: Изд.-торговая корпорация «Дашков и К°», 2010. С. 122.

создание нового бренда с сохранением преемственности обновлённой марки, то есть ребрендинг. По словам журналиста и автора YouTube-канала Fametime Лауры Джугелии, провести ребрендинг издания гораздо труднее, чем сделать новый журнал: «Мне кажется, ребрендинг сделать сложнее, потому что, когда люди к чему-то привыкают, очень сложно их «переучивать», чтобы они по-новому начали смотреть на бренд. С нуля проще, потому что ты можешь о чём-то заявить и закладывать в голову»<sup>2</sup>.

В начале 2022 г. отечественный глянец сталкивается с объективными условиями новой реальности и вынужденно трансформирует свой рынок. Реакцию гляцевых изданий на ситуацию можно разделить на три вида: одни закрылись (издания компаний Condé Nast<sup>3</sup>, Hearst<sup>4</sup>), другие остались в прежнем виде (издания немецкой Burda Media Company, журналы Forbes, Robb Report, Grazia, Psychologies и Marie Claire<sup>5</sup>), третьи изменили свои бренды, но при этом попытались не растерять свою аудиторию.

**Материалом** исследования являются гляцевые издания, осуществившие ребрендинг: TechInsider (ранее «Популярная механика»), «Новый очаг» (ранее «Домашний очаг»), The Symbol (ранее Harper's Bazaar), Men Today (ранее Men's Health), U Magazine (ранее InStyle), The VOICE (ранее Cosmopolitan), «Правила жизни» (ранее Esquire).

**Целью** данного исследования является изучение состояния журнального сегмента

отечественной медиаиндустрии в период проведения ребрендинга гляцевых изданий (2022–2023 гг.). Исследование визуальных и вербальных атрибутов бренда, изменений контента и стратегий изданий в цифровом поле позволит сформулировать выводы о частичном или полноценном характере проведённого ребрендинга. Особая роль отводится изучению ценностей бренда, выявлению «идеи, которая способствует объединению людей вокруг общей цели. Ценности во многом определяют направление развития и продвижения бренда» [15, с. 191]. Следовательно, оценка характера ребрендинга во многом будет исходить из факта сохранения или трансформации ценностного уровня.

К **методам**, использованным в ходе нашего исследования, относится системный анализ отечественного журнального глянца в период проведения ребрендинга, включающий сравнительный и функциональный подходы.

Для наглядной презентации результатов исследования все его части, посвящённые анализу ребрендинга конкретных изданий, выстроены по единой схеме: вербальные и визуальные атрибуты бренда, медиаконтент (рубрикация), стратегия развития в цифровом поле, ценности бренда.

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В 2022 г. обновили названия и логотипы журналы ИД Independent Media. Учредитель – ООО «Премиум Индепендент Медиа», сообщает о перезапуске брендов и продолжении работы на отечественном рынке: «Проекты сохраняют главных редакторов и основной состав креативных команд, но расширят круг освещаемых тем. Это позволит сохранить преемственность концепций брендов и усилит позиции Independent Media в русскоязычном медиапространстве»<sup>6</sup>.

**TechInsider (ранее «Популярная механика»)**. Официально ребрендинг состоялся в конце 2022 г. и включал изменение логотипа, дизайна сайта, контента и стратегии комму-

<sup>2</sup> Каримова М., Четверикова Е. «Какая разница, как он называется»: первый главред русского Cosmopolitan о ребрендинге журнала // Газета.ру. 2022. 11 мая. URL: <https://www.gazeta.ru/style/2022/05/11/14840552.shtml?updated> (дата обращения: 17.03.2023).

<sup>3</sup> Садовникова П. Медиакарта 2022 // The Blueprint. 2022. 11 мая. URL: <https://theblueprint.ru/culture/industry/mediakarta-2022> (дата обращения: 24.03.2023).

<sup>4</sup> Лебедева В. Shkulev Media Holding прекращает работу под брендом Elle из-за расторжения лицензионного соглашения // Коммерсант. 2022. 2 дек. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5705319> (дата обращения: 02.02.2023).

<sup>5</sup> Садовникова П. Медиакарта 2022 // The Blueprint. 2022. 11 мая. URL: <https://theblueprint.ru/culture/industry/mediakarta-2022> (дата обращения: 24.03.2023).

<sup>6</sup> Изданиям Cosmopolitan, Esquire и «Домашний очаг» сменили названия // РБК. Стиль. 2022. 11 мая. URL: <https://style.rbc.ru/repost/627529569a794789ae3a3d88> (дата обращения: 11.03.2023).



никации. Логотип стал более современным, что позволило усилить узнаваемость бренда, хотя звучала и критика от дизайнеров по поводу цвета логотипа: для удобочитаемости предлагали дать больше цвета и увеличить межбуквенный интервал. Изменения в дизайне сайта сделали его простым и удобным для пользователей. Явных визуальных изменений (кроме логотипа) в дизайне журнала нет, на обложке осталось преобладание сиреневого, голубого и белого цветов.

Редакция TechInsider заявляет о том, что контент нового бренда не будет сильно отличаться от «Популярной механики». Проект продолжит делать прежняя редакция, что позволит TechInsider остаться лидером научно-популярного сегмента, уделяя особое внимание самым разным технологиям и предоставляя читателям возможность увидеть мир будущего глазами ведущих экспертов.

Рубрики «Популярной механики» остаются и в TechInsider: Наука, Автомобили, Технологии, Большая разборка, Оружие, Стиль жизни, Адреналин.

TechInsider изменяет стратегию коммуникации – начинает активно развивать свои социальные медиа, создавать интерактивный контент, публиковать репортажи и документальные фильмы, использовать подкасты и видеоматериалы. В социальных медиа публикуется информация, выходящая за рамки тематики журнала. Социальные медиа изменились: вместо привычных до 2022 г. Facebook\* (социальная сеть признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации), Instagram\* (социальная сеть признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации), Twitter (заблокирован в России 4 марта 2022 г.), издание представлено в Telegram, Дзен и социальной сети LOOKY. Неизменными остались площадки ВКонтакте и Одноклассники.

Сравнение ценностей изданий позволяет говорить об их идентичности. «Популярная

механика» позиционировала себя как проект, рассказывающий о том, «как устроен наш мир», «о научных открытиях, инновационных технологиях и последних разработках, сделанных по всему миру»<sup>7</sup>. TechInsider нацелен на популяризацию «российских и международных достижений в области науки и технологий» и «знакомит свою аудиторию со всеми знаковыми научными открытиями, передовыми технологиями, инновационными разработками и самыми необычными гаджетами»<sup>8</sup>. Ценностное поле обоих изданий: научные открытия, инновации, разработки в области науки и технологий.

Таким образом, в TechInsider произошло обновление вербальных и визуальных атрибутов бренда, в то время как контент (рубрики) остались неизменными. Наблюдается активизация бренда в цифровом поле, при этом ценности бренда не поменялись.

**«Новый очаг» (ранее «Домашний очаг»).** Журнал «Новый очаг» становится продолжателем традиций информационно-познавательного журнала для семейного чтения «Домашний очаг» и по-прежнему поднимает темы, которые волнуют женщин. Социальная повестка и привычная тематика про дом и семью остаются ведущими в «Новом очаге». Сохраняется и ключевое слово прежнего бренда – очаг как пространство тепла и комфорта, «наше» место, удобное, красивое и безопасное. Так редакция подчёркивает преемственность, однако прилагательное «новый» расширяет понимание интересов женщины, выводит за пределы всего «домашнего». «Мы ориентированы на общечеловеческие ценности: семья, дом, равные возможности для всех. Пошаговые рецепты на все случаи жизни от лучших экспертов: семья, отношения, дети, здоровье, мода, красота, хозяйство, кухня, интерьер, карьера, развитие, дача, животные. Реальные истории наших современниц – их опыт в разных ситуациях, их вдохновляющие истории»<sup>9</sup>, – заявляет редакция «Нового очага».

Незначительно изменяются визуальные атрибуты бренда – шрифт логотипа и его

\* Соцсети Instagram\* и Facebook\* (принадлежат Meta\*\*) запрещены в Российской Федерации. 21 марта 2022 г. компания Meta\*\* признана в России экстремистской организацией и деятельность холдинга на территории РФ запрещена. Решение вынес Тверской суд Москвы и оно вступило в силу немедленно.

<sup>7</sup> Популярная механика. Медиацит. 2021. С. 1.

<sup>8</sup> TechInsider. Медиацит 2023. С. 3.

<sup>9</sup> Новый очаг. Медиацит. 2023. С. 3.

развёрстка: если название «Домашний очаг» располагалось в верхней части обложки и развёрстывалось на всю ширину полосы, то «Новый очаг» занимает две строчки в верхнем углу. При обсуждении логотипа звучало мнение о том, что «Новый очаг» выглядит лучше предшественника, и одновременно предлагалось больше выделить слово «очаг». На обложке «Домашнего очага» чаще всего фигурировали изображения звёздных персон. Обложки «Нового очага» представляют собой абстрактные рисунки с подходящими картинками и меньшим количеством анонсов номера.

Регулярные рубрики журнала «Домашний очаг» соотносятся с рубрикой «Нового очага» и отражают основные информационные интересы женщин:

События и люди / Реальные истории;

Мода и красота / Мода, Красота;

Здоровье и фитнес / Здоровье;

Семья и отношения / Психология;

Дом и интерьер / Дом;

Рецепты и кулинария / Кухня.

Социальные медиа: к площадкам ВКонтакте, Одноклассники, Telegram, Дзен, WhatsApp добавилась социальная сеть LOOKY.

Расширение цифровых форматов: продолжение линии редакционных и рекламных спецпроектов «Домашнего очага», больше внимания подкастам и ток-шоу на платформе «Нового очага» в Одноклассниках.

Ценностное поле обоих изданий: семья, дом, женская самореализация. В «Новом очаге» планируется уделять больше внимания самодостаточности женщин, новым задачам, которые каждый день встают перед ними, и новым решениям, не ограниченным семьей и домом.

Таким образом, в «Новом очаге» произошло обновление вербальных и визуальных атрибутов бренда, расширение цифровых форматов. Контент (рубрики) практически не изменился, ценности бренда в основном остались прежними.

**The Symbol (ранее Harper's Bazaar).** The Symbol – женский журнал о новостях моды и красоты, светской хронике, интервью и историях звёзд шоу-бизнеса. Это «медиа о

моды, красоте и образе жизни, созданное командой Harper's Bazaar» – так объявляет редакция издания с самого начала процесса ребрендинга<sup>10</sup>. The Symbol постоянно подчёркивает свою связь с Harper's Bazaar Russia и на уровне создания качественного вербального и визуального контента («Как и ранее в Harper's Bazaar, мы не гонимся за количеством контента, нам важны качество и глубина как текстов, так и визуальной эстетики»), и на уровне формирования комьюнити лояльной аудитории бренда («За много лет команда Harper's Bazaar сформировала и продолжит расширять под брендом The Symbol комьюнити, которому, как и нам, интересно узнавать не только о последних модных тенденциях, но и о том, какие процессы происходят в обществе, как улучшить качество жизни и на каких современных героев стоит равняться»)<sup>11</sup>.

Вполне в стиле Harper's Bazaar Russia и миссия The Symbol – писать про людей, про вещи и события, которые становятся символами времени<sup>12</sup>. Эксперты журнала провозглашают моду лакмусом эпохи, символом духа времени и планируют профессионально освещать «эту сферу через призму социальной повестки, культуры и искусства»<sup>13</sup>.

Для того чтобы аудитория идентифицировала The Symbol как продолжателей Harper's Bazaar, издание решило не отходить от оригинального построения сайта. Особенно заметен единый шрифт логотипов и единый стиль написания подзаголовков разделов, хотя в обсуждении логотипов прозвучало мнение дизайнеров о том, что The Symbol не дотягивает до Harper's Bazaar по стильности. Оба журнала в качестве логотипа используют свои наименования. Очень близка цветовая гамма журналов, однако в Harper's Bazaar Russia цвета более яркие, в то время как The Symbol поддерживает пастельную палитру.

Неизменными остались разделы: Мода; Красота / Красота и вэлнес.

<sup>10</sup> The Symbol. Медиацит. 2022. С. 2.

<sup>11</sup> Там же. С. 3.

<sup>12</sup> The Symbol. Медиацит. 2023. С. 3.

<sup>13</sup> Там же.

Разделы переименованы, но идентичны по наполнению:

Дневник (Кино, театр, путешествия, музыка, литература, искусство, подарки), Открытия Путешествия / Культура (кино и сериалы, книги, искусство), Стил жизни (еда и путешествия, интерьер и дизайн, бизнес и финансы, астрология, технологии);

BAZAAR (Интервью со знаменитостями, стиль жизни, съёмки моды, интерьер), ВСПЫШКА! (Люди, события, светская жизнь столицы и мира) / Герои (мнение, светская хроника).

В The Symbol появились темы спорта, бизнеса и финансов, астрологии, технологий, появился раздел #АЯЧТОМОГУ – благотворительность, формирование женского комьюнити. Как и в Harper's Bazaar, в The Symbol есть подрубрики основных тем: например, красота – уход за волосами – как помочь своим волосам, какие природные компоненты действительно работают; стиль жизни – как создавать свой бренд, как вести себя инвесторам в реальной жизни.

Социальные медиа: у Harper's Bazaar Russia и у The Symbol страницы в Facebook\* (социальная сеть признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации), Instagram\* (социальная сеть признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации), ВКонтакте, YouTube. Harper's Bazaar присутствует в Twitter (заблокирован в России 4 марта 2022 г.), Pinterest, а The Symbol – в Дзене, Telegram, LOOKY.

Из новаций стоит отметить предложение команды проекта по созданию уникальных цифровых продуктов для брендов заказчиков: редакционных материалов, контента для социальных медиа, подкастов, фото- и видеосъёмок разных форматов. Редакция обещает делать заказную продукцию с учётом ДНК бренда заказчика и предлагает опцию White label – производство материалов любого фор-

мата для бренда клиента без привязки к бренду The Symbol, с передачей авторских прав<sup>14</sup>.

Индивидуальность, стиль, лёгкость, экстравагантность, изысканность, изящность – основные прилагательные, встречающиеся в описании философии бренда Harper's Bazaar Russia<sup>15</sup>. Внимание акцентировано на читателе и месте журнала как атрибуте роскошной жизни.

В формулировке философии The Symbol встречается больше существительных – люди, вещи, события, которые становятся символами времени; «мода – это лакмус эпохи, символ духа времени». Миссия издания: «делать мир красивее, формировать хороший вкус, быть путеводителем в мире моды, красоты, культуры и образа жизни, рассказывать о новых ценностях, социальных тенденциях, благотворительности»<sup>16</sup>. Внимание акцентировано на высоком качестве продукта, а фокус переместился с великолепия на lifestyle.

Едиными остаются ценности обоих изданий – мода, красота, культура, образ жизни.

Таким образом, The Symbol подчёркивает преемственность и позиционирует себя как продолжатель бренда Harper's Bazaar. В издании происходит рамочное обновление вербальных и визуальных атрибутов бренда с сохранением концепции и типографики логотипа. Сохранены основные разделы, стилистика и форма подачи материалов, изменены или добавлены некоторые темы. Базовые ценности бренда в основном остались прежними, лишь акцент в философии бренда смещён в сторону lifestyle.

**Men Today (панее Men's Health).** Men Today позиционирует себя в качестве расширенной версии Men's Health: «Мы давно переросли название Men's Health («Мужское здоровье»), как в своё время переросли и слово «журнал»»<sup>17</sup>. Редакция планирует, помимо традиционных для Men's Health тем здоровья, фитнеса, спорта, отношений, питания, карьеры, путешествий и выдающихся людей, писать обо всём, что интересует современного мужчину – о финансах, культуре,

\* Соцсети Instagram\* и Facebook\* (принадлежат Meta\*\*) запрещены в Российской Федерации. 21 марта 2022 г. компания Meta\*\* признана в России экстремистской организацией и деятельность холдинга на территории РФ запрещена. Решение вынес Тверской суд Москвы и оно вступило в силу немедленно.

<sup>14</sup> The Symbol. Медиацит. 2022. С. 9.

<sup>15</sup> Harper's Bazaar Russia. Медиацит. 2020. С. 2.

<sup>16</sup> The Symbol. Медиацит. 2023. С. 4.

<sup>17</sup> Men Today. Медиацит. 2022. С. 2.

моды, технологиях, автомобилях<sup>18</sup>. Главный редактор Men Today Антон Иванов считает новое название бренда более подходящим под темы издания, которое никогда не стояло на месте «не только в плане спорта, но и в плане эволюции своего бренда. Сегодня Men Today – это целая экосистема, в которой человек найдет всё, что нужно для развития не только своего тела, но и вкуса, стиля, духа, характера, карьеры и, конечно, семьи»<sup>19</sup>.

В новом названии сохранено важное слово «Men», определяющее для целевой аудитории. Шрифт логотипа поменялся, но его цвета на обложках остались прежними. Обложки Men Today выглядят более лаконичными, с меньшим количеством анонсов и текста, что только на пользу изданию.

Основные разделы Men's Health остались и в Men Today: Фитнес, Здоровье, Еда, Жизнь, Железо, Стил, Секс и отношения, Приключения, Развлечения, События. Нет только разделов Promotion и Women's health.

Согласно медиакиту Men's Health, экосистема бренда включала журнал, сайт, подкасты, мероприятия и премии, социальные медиа Facebook\* (социальная сеть признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации), Instagram\* (социальная сеть признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации), ВКонтакте, Одноклассники, Яндекс Дзен, Telegram, Twitter (заблокирован в России 4 марта 2022 г.), позднее TikTok, YouTube<sup>20</sup>. Экосистема бренда Men Today – это по-прежнему журнал, сайт, подкасты, мероприятия и премии, социальные медиа ВКонтакте, Одноклассники, Дзен, Telegram, YouTube. Из новых площадок – социальная сеть LOOKY и видеохостинг RuTube<sup>21</sup>.

Журнал Men's Health выходил с двумя приложениями – TECH & AUTO GUIDE,

STYLE & WATCH. Журнал Men Today выходит без приложений.

На сайте учредителя журнала – компании Independent Media – появляется слоган: «Men Today – это по-мужски!» и информация о продвижении аудиороликов проекта в эфире радиостанций Maximum, «Русское радио», Monte Carlo, NRG, «Нашего радио» и «Рок-ФМ», а видеороликов – в популярных фитнес-клубах World Class, DDX, Crocus Fitness и фудмолле «Депо». В качестве расширения цифровых форматов можно рассматривать запуск мотивирующего digital-проекта «Спорт в городе», серию «коллабораций с популярными онлайн-ресурсами и интеграцию в летние массовые тематические и развлекательные мероприятия: фестиваль «Автокультура», VK Fest, Garage Fest и многие другие»<sup>22</sup>.

Носителями философии обоих брендов объявляются мужчины с активной жизненной позицией, амбициозные, готовые развиваться и «прожить лучшую версию своей жизни из всех возможных». Такие мужчины «успешно совмещают карьеру, отношения и занятия спортом; ценят стильные и практичные вещи. В их жизни всегда есть место приключениям, новому опыту и победам»<sup>23</sup>, – объявляет Men Today. Эта формулировка абсолютно тождественна Men's Health, за одним исключением – в прежней характеристике присутствовало упоминание о том, что мужчины «ведут здоровый образ жизни»<sup>24</sup>.

Ценностное поле обоих изданий включает здоровье, спорт, амбиции, карьеру, активность, развитие, стиль, приключения.

Таким образом, в Men Today произошло обновление вербальных и визуальных атрибутов бренда. Контент (рубрики), цифровые форматы практически не изменились, ценности бренда в основном остались прежними. Философия бренда расширилась за счёт выхода за пределы тематики о здоровом образе жизни.

<sup>18</sup> Men Today. Медиакит. 2023. С. 3.

<sup>19</sup> Там же. С. 2.

\* Соцсети Instagram\* и Facebook\* (принадлежат Meta\*\*) запрещены на территории Российской Федерации. 21 марта 2022 г. компания Meta\*\* признана экстремистской организацией, деятельность холдинга в России запрещена.

<sup>20</sup> Men's Health. Медиакит. 2022. С. 2.

<sup>21</sup> Men Today. Медиакит. 2023. С. 3.

<sup>22</sup> Это по-мужски: масштабная рекламная кампания mentoday.ru // Independent Media. 2023. 20 июля. URL: <https://www.imedia.ru/news/209699/> (дата обращения: 01.08.2023).

<sup>23</sup> Men Today. Медиакит. 2023. С. 15.

<sup>24</sup> Men's Health. Медиакит. 2022. С. 3.



**U Magazine (ранее InStyle).** В апреле 2022 г. американская медиакомпания Dotdash Meredith отозвала лицензию на выпуск InStyle в России, но редакция журнала не отчаялась и объявила о намерении запустить новый медиабренд, охватывающий принт, сайт и социальные медиа. Женский журнал о моде, красоте, здоровье и культурных событиях сменил своё название – при переходе на сайт издания пользователи попадают на страницу U Magazine. Аналогичным образом трансформировался телеграм-канал и аккаунты в других социальных сетях. Всё вышеперечисленное произошло без каких-либо анонсов и разъяснений. При этом стилистика осталась прежней, и, судя по размещённой на сайте контактной информации, компании удалось сохранить сотрудников, работавших над прошлым проектом.

По официальной версии, название нового мультплатформенного издания U Magazine произошло от слов Unique (уникальный), Universal (вселенная), Urban (городская культура), Union (объединение) и You (ты). Неизменными остаётся целевая аудитория (женщины и мужчины 25–45 лет с высшим образованием) и набор тем – стиль жизни, путешествия, мода, премьеры и события в мегаполисах<sup>25</sup>.

Журнал по-прежнему о людях и идеях в моде, искусстве, бьюти-индустрии, науке и бизнесе. Сложно провести сравнение журнальных версий, потому что U Magazine выпускает только тематические номера: так, премьерный номер (июль 2022) посвящён энергии, зимний номер (декабрь 2022) – будущему, весенний (март 2023) – «мягкой силе», летний (июнь 2023) – приключениям.

В обоих журналах наблюдается схожая расстановка логотипов на обложках и наличие контраста фона и текста. Если детально рассматривать шрифт, то можно заметить отличие в оттенке цвета: InStyle использует чёрный цвет, U Magazine – тёмно-серый. Различаются гарнитуры шрифтов: у InStyle более закруглённый, плавный шрифт, у U Magazine

резкий и чёткий. Оба журнала в качестве логотипа используют свои наименования.

На обложке InStyle – больше текста и цвета, преобладает портретная съёмка. Обложка U Magazine минималистична и однотонна с небольшим количеством текста. Модель не выходит на первый план, как у InStyle.

Привычные разделы InStyle – История, Начни с начала, The Get, Style, Kids, Beauty, Life&Home, Письмо редактора, На обложке, Команда, За кадром, Гороскоп – скорее можно сопоставить с рубриками сайта U Magazine – Мода (тренды, гардероб, коллекции, история моды), Красота (тренды, здоровье и спорт, практика, обзоры), Герои (интервью, колонка, звёзды, светская хроника), Культура (афиша, кино и сцена, музыка и книги, репортаж), Стиль жизни (гороскопы, путешествия, еда, отношения, дизайн и декор, техника). Очевидно, что тематика осталась такая же.

По словам главного редактора U Magazine Юрате Гураускайте, журнал более точно работает с аудиторией, чтобы не дать угаснуть гляncy: «Наша цель – не только создать новый успешный медиапроект, но также <...> не дать исчезнуть журнальной fashion-культуре в принципе – а риск есть»<sup>26</sup>.

«Вселенная» InStyle включала печатную, мобильную и планшетную версии журнала, социальные медиа Facebook\* (социальная сеть признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации), Instagram\* (социальная сеть признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации), Pinterest, YouTube. Новый проект работает по модели 360: печатная версия, сайт и социальные медиа – ВКонтакте, Одноклассники, Дзен, Telegram. U Magazine активно ведёт свои социальные медиа, особенно стоит отметить Дзен – здесь статистика прироста подписчиков заметна сильнее всего.

<sup>26</sup> Письмо главного редактора Юрате Гураускайте // U Magazine. 2022. 26 июля. URL: <https://umagazine.ru/news/pervyy-nomer-u-magazine-uzhe-v-prodazhe/> (дата обращения: 24.03.2023).

\* Соцсети Instagram\* и Facebook\* (принадлежат Meta\*\*) запрещены на территории Российской Федерации. 21 марта 2022 г. компания Meta\*\* признана экстремистской организацией, деятельность холдинга в России запрещена.

<sup>25</sup> Садовникова П. Медиакарта 2022 // The Blueprint. 2022. 11 мая. URL: <https://theblueprint.ru/culture/industry/mediakarta-2022> (дата обращения: 24.07.2023).



Существенные изменения наблюдаются в стратегии продвижения бренда: журнал и сайт уходят на второй план, команда фокусирует усилия на развитии нового цифрового агентства U 360, векторами работы которого объявляются: консалтинг и анализ рынка моды, красоты, ретейла, медиапомощь в формировании собственных коллекций и коллабораций; основы продуктивной коммуникации для звёзд и инфлюенсеров; разбор гардероба и обучение стайлингу; создание фото и видеопродукции; производство медийной продукции; ведение проектов по разным направлениям; подготовка специальных курсов и мастер-классов; организация мероприятий, клубная деятельность, экскурсии и пресс-туры; работа с аудиторией компаний-заказчиков.

Стоит отметить, что такое масштабное агентство создавалось не на пустом месте: отдельным блоком деятельности InStyle были мероприятия и спецпроекты. Команда организовывала торжественные открытия, воркшопы и разные активности с инфлюенсерами и лидерами мнений, называя это всё «волшебными моментами»<sup>27</sup>. В рамках спецпроектов редакция готовила фото- и видеоконтент, интервью и статьи, необходимые для продвижения компаний-заказчиков и формирования узнаваемости бренда на различных медиаплощадках<sup>28</sup>.

Философия U Magazine, так же, как InStyle, определяется двумя ключевыми позициями – Fashion (тренды, коллекции, показы) и Beauty (новинки индустрии красоты, интервью, обзоры). Целевая аудитория – женщины, желающие жить со вкусом и стильно выглядеть<sup>29</sup>. Ценностное поле обоих изданий: мода, стиль, индустрия красоты, культура, звёзды.

Таким образом, U Magazine меняет вербальные и визуальные атрибуты бренда, оставляя неизменными стилистику, тематику, рубрики и ценности бренда. Меняется направление активизации бренда в цифровом поле – от журнала и сайта к агентству, сфера деятельности команды существенно расширяется и выходит за рамки журнального бренда.

**The VOICE (ранее Cosmopolitan).** Главный редактор Cosmopolitan / The VOICE Екатерина Великина назвала изменения медиарынка 2022 г. «потрясениями», однако кризис отрасли редакция восприняла как вызов своему профессионализму и решила не адаптироваться к новой реальности, а «менять её под себя» силами команды «номер один в мире гляцевых брендов»: «VOICE сохранит всё лучшее, что было в Cosmopolitan, – наши яркие спецпроекты, креативные форматы и приоритетные направления, и, конечно, мы продолжим вдохновлять, радовать, поддерживать и удивлять, потому что можно сменить название, но ценности никогда не меняются. Мы обещаем: будет громко!»<sup>30</sup>.

Если в отношении названия Cosmopolitan («гражданин мира») исходил из социального влияния на женщин и девушек всего мира, то новое название объясняется генеральным директором Independent Media Натальей Весниной сложившимся в нашей стране авторитетом Cosmopolitan, тем фактом, что журнал стал «голосом поколения – самым значимым»<sup>31</sup>. Название The VOICE неслучайно пишется заглавными буквами – таким образом подчёркивается важность голоса каждой женщины. Не всеми такой подход был воспринят однозначно. Так, по словам бывшего редактора Cosmopolitan Елены Мясниковой, название The VOICE не очень подходит женскому изданию, так как не отражает его суть. «Скорее, «Голос» – это что-то общественное-политическое»<sup>32</sup>. Потенциальную востребованность нового бренда Е. Мясникова связывает с качеством контента и запросами аудитории.

Издание для современных российских женщин, которые сами определяют, какой будет их жизнь, должно иметь яркий логотип и такой логотип был создан. Однако, нетруд-

<sup>30</sup> The VOICE. Медиацит. 2022. С. 3.

<sup>31</sup> Садовникова П. Медиакарта 2022 // The Blueprint. 2022. 11 мая. URL: <https://theblueprint.ru/culture/industry/mediakarta-2022> (дата обращения: 24.07.2023).

<sup>32</sup> Каримова М., Четверикова Е. «Какая разница, как он называется»: первый главред русского Cosmopolitan о ребрендинге журнала // Газета.ру. 2022. 11 мая. URL: <https://www.gazeta.ru/style/2022/05/11/14840552.shtml?updated> (дата обращения: 28.07.2023).

<sup>27</sup> InStyle. Медиацит. 2021. С. 9.

<sup>28</sup> Там же.

<sup>29</sup> Там же. С. 6.

но заметить сходство логотипов Cosmopolitan и The VOICE: одинаковая цветовая гамма, состоящая из ярко-розового и белого; логотип Cosmopolitan выделен ярко-розовым цветом на белом фоне, а The VOICE – белыми буквами на розовом фоне. Есть различия: в логотипе Cosmopolitan используется более жирный шрифт с маленьким межбуквенным интервалом, шрифт логотипа The VOICE лаконичный, пространство между буквами увеличилось, сами буквы стали более узкими, появился артикль «The». Дизайнеры и пользователи Сети обсуждали сходство логотипа The VOICE с логотипом журнала Vogue.

Стилистика обложек нового бренда не сильно изменилась, но есть явное отличие – это изображения на обложках: у The VOICE это только отечественные звёзды, актрисы, модели.

Все разделы Cosmopolitan остались и в The VOICE: Письмо редактора, Cosmo/Voice на связи, Гороскоп, История с обложки, Здесь & Сейчас, Карьера & Деньги, Психология, Любовь & Секс, Красота & Здоровье, Мода & Стил, Образ жизни.

Если Cosmopolitan часто рассказывал об отношениях женщины с мужчиной, то The VOICE больше делает упор на саморазвитие и независимость. Вместо статей о моде и красоте теперь на первый план довольно часто выходят материалы о сексизме, расизме, событиях и проблемах, которые волнуют женщин. Для сравнения – наполнение раздела «История с обложки».

Cosmopolitan (2022, апрель): Бездействующий вулкан. Жизнь с непризнанным гением: оцениваем перспективы; Думает об одном. Неожиданные причины мужского эгоизма в постели; Мистер экс. Зачем возвращаются бывшие и стоит ли давать им второй шанс.

VOICE (2023, январь–февраль): Свободная касса. Как стать фрилансером и не жалеть об этом каждый месяц; Ты же девочка. Зачем нас учат быть «настоящими женщинами» и что с этим делать, когда вырастим; Врать будете? Автор VOICE неделю говорила правда – и даже почти не устала.

Цифровые площадки Cosmopolitan включали сайт и социальные медиа – Facebook\* (социальная сеть признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации), Instagram\* (социальная сеть признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации), ВКонтакте, TikTok, YouTube, подкасты. Социальные медиа The VOICE – ВКонтакте, Одноклассники, Мой мир, Дзен, Telegram, TikTok, YouTube и LOOKY. Журнал активно проявляет себя на всех возможных площадках социальных медиа и расширяет своё цифровое присутствие.

Миссия Cosmopolitan: несмотря на время и расстояния объединять всех женщин мира общими интересами, взглядами, стремлением сделать жизнь лучше.

Миссия The VOICE: стать самым значимым женским голосом в России, который откровенно говорит на любую тему и делает это простым и понятным языком.

The VOICE сохранил концепцию издания для женщин и некоторые элементы из Cosmopolitan, но новый формат больше фокусируется на социальных проблемах, что является одним из ключевых элементов ребрендинга. И дело даже не только в том, что поменялось название, логотип или дизайн – The VOICE стал позиционировать себя иначе, поменялся образ бренда. Само название говорит о том, что каждая женщина в современном мире имеет право быть услышанной, имеет право на собственное мнение, на свой стиль, мысли, мировоззрение.

Таким образом, ребрендинг The VOICE включает изменения в названии, формате и концепции журнала. Это также подтверждается изменениями в контенте, которые свидетельствуют о пересмотре стратегии и ценностей издания. Журнал стал более серьёзным, обратился к новой тематике и помогает женщинам лучше понимать себя, правильно позиционировать себя в обществе.

\* Соцсети Instagram\* и Facebook\* (принадлежат Meta\*\*) запрещены в Российской Федерации. 21 марта 2022 г. компания Meta\*\* признана в России экстремистской организацией и деятельность холдинга на территории РФ запрещена. Решение вынес Тверской суд Москвы и оно вступило в силу немедленно.

«Правила жизни» (ранее Esquire). Редактор «Правил жизни» Сергей Минаев считает новое название на русском языке единственным возможным вариантом: «Я честно не понимаю, зачем называть журнал английским именем, если ты не издаешься в Сохо. Это русское издание для русских читателей»<sup>33</sup>. Обновлённый Esquire получает название от одной из самых известных рубрик – «Правила жизни», и усилиями арт-директора Esquire Ники Добиной создаёт новый логотип.

Полностью изменён фирменный шрифт логотипа, который теперь не имеет даже намёка на старое издание. Вместо закруглённого, мягкого и витиеватого шрифта появилась полная его противоположность – жирный шрифт с прямыми углами. Кроме того, в логотипе разное межбуквенное расстояние, отсутствует идеальное выравнивание в словах, а буква «Ж» как будто «выехала» за пределы рамки и стала обрезанной. Именно такой вариант атрибута обновлённого бренда оказался «созвучен с потребностью выпустить в верстку свободу, добавить немного турбулентности»<sup>34</sup>.

Визитной карточкой Esquire является обложка, на которой всегда были крупные планы лиц главных героев номеров. В верхней части обложки расположился крупный логотип обычно в чёрном или белом цвете (есть выпуски с красным и синим логотипами). Обложка «Правил жизни» мало напоминает Esquire и каждая уникальна по-своему, каждая посвящена определённой теме номера: в номере о музыке на обложке коллаж из разных музыкантов, об Азии – кости маджонга с изображениями символов азиатской культуры. Логотип сместился в верхний левый угол и расположился на обрамляющей рамке, чтобы ничего не мешало увидеть изображения обложки. Кроме того, у каждой обложки есть цифровая версия, которую можно увидеть

через смартфон, отсканировав QR-код на обложке. Оригинальность каждой обложки не помешала их объединению единой концепцией – яркость, порой противоречивость, обилие деталей, которые хочется долго рассматривать.

Внутри «Правил жизни» изменился визуальный ряд, сетка, шрифтовое и иллюстративное оформление. Как в логотипе на обложке, так и внутри журнала можно заметить несимметричное расположение текста относительно краёв страниц, различные отступы между словами и строками, на многих фотографиях надписи, сделанные «от руки». Страницы журнала занимают не только фотографии с различных фотосессий, но и картин, рисунки, векторные изображения и др. Всё это добавляет журналу некую небрежность и непредсказуемость, чего и добивались редакторы и художники. Таким образом они хотели показать, что «журнал делают живые люди, вокруг которых пульс и сбитый ритм»<sup>35</sup>.

Привычным остаётся отношение к написанию текстов: редакция «будет документировать, как меняется наша действительность и кто становится её героями, как вообще жить и творить в новой реальности (и как менять её к лучшему)»<sup>36</sup>.

Основные рубрики Esquire: Правила жизни, Письмо редактора / Письма, Авторы, Анекдот, Цифры, Чтение / Книги, Галерея / Фото, Мнение, Культура, Кино, Гардероб / Вещи / Аксессуары, Память, Герой, Достижения, Красивая женщина рассказывает анекдот.

Согласно медиакиту «Правил жизни», редакция журнала называет следующие рубрики: Правила бизнеса; Правила игры, Правила жизни, Достижения, Поп-философия, Нравится / не нравится, Цифры, Правила вишнелов, Правила дискуссии<sup>37</sup>.

<sup>33</sup> Соловьёва К. «Надо научиться как-то жить без воспоминаний» // Telegra.ph. 2022. 11 мая. URL: <https://telegra.ph/Nado-nauchitsya-kak-to-zhit-bez-vospominaniy-05-11> (дата обращения: 08.07.2023).

<sup>34</sup> Мурысина К., Доби́на Н. Making of. Как создавался первый номер журнала «Правила жизни» // Правила жизни. 2022. 25 июля. URL: <https://www.pravilamag.ru/articles/678690-making-of-kak-sozdavalsya-pervyy-nomer-zhurnala-pravila-zhizni/> (дата обращения: 08.07.2023).

<sup>35</sup> Мурысина К., Доби́на Н. Making of. Как создавался первый номер журнала «Правила жизни» // Правила жизни. 2022. 25 июля. URL: <https://www.pravilamag.ru/articles/678690-making-of-kak-sozdavalsya-pervyy-nomer-zhurnala-pravila-zhizni/> (дата обращения: 08.07.2023).

<sup>36</sup> Правила жизни. 2022. 21 июня.

<sup>37</sup> Правила жизни. Медиакит. 2022. С. 7.

Цифровые площадки Esquire включали сайт и социальные медиа – Facebook\* (социальная сеть признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации), Instagram\* (социальная сеть признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации), Twitter (заблокирован в России 4 марта 2022 г.), Pinterest, ВКонтакте, YouTube. Социальные медиа «Правил жизни» – ВКонтакте, Telegram, Одноклассники, Дзен, LOOKY. Кроме развития сайта, издание делает ставку на телеграм-канал, офлайн-мероприятия, печатный выпуск, который будет выходить реже, но станет толще, и приглашает читателей отправиться в дорогу – «новую, ухабистую, неизвестную, но довольно увлекательную»<sup>38</sup>.

Концепция Esquire предполагала создание «умного журнала для успешного джентльмена». По задумке авторов, журнал должен был стать «общим знаменателем мужских интересов» и отражать меняющуюся действительность.

Концепция «Правил жизни» меняется кардинально. По словам Сергея Минаева, редакция сделала «новый журнал, в котором много публицистики, литературы, фотоисторий, интервью и репортажей, рассказывающих о том, что происходит с нами здесь и сейчас – от экономики до моды. Как я и обещал – отдельный блок журнала, это рассказы о своей жизни, заметки и письма наших читателей, то есть вас. Мы никогда не любили словосочетание «глянцевый журнал», нам гораздо ближе определение «толстый журнал», в отношении литературно-публицистических изданий, коим мы и являемся. К слову, журнал реально толстый – 192 страницы»<sup>39</sup>.

Таким образом, наблюдаются полноценные изменения в облике издания, как внутреннем, так и внешнем. По дизайну логотипа,

обложки и всего номера можно увидеть, что журнал изменил концепцию: теперь издаётся не только для мужчин, а для более широкой аудитории интеллектуальной и творческой элиты, для людей, которые привыкли нестандартно мыслить и действовать. Новый журнал отличается от прошлого ещё и тем, что Esquire позиционировался как мужской глянец, а «Правила жизни» называют себя «толстым журналом» и акцентируют литературно-публицистическую составляющую.

## ВЫВОДЫ

В период 2022–2023 гг. журнальный сегмент отечественной медиаиндустрии вынужден реагировать на ситуацию и проводить ребрендинг. Естественно, первоначальная реакция на потерю лицензий западных брендов была негативной, поскольку у крупных брендов есть сложившаяся система внешних и внутренних атрибутов, возможности для использования международных проектов и мировых звёзд. Этого новый отечественный глянец будет лишён, однако у акторов российского медиарынка появляется возможность для обновления, для экспериментов с форматами и темами. Как показывает наше исследование, издания по-разному воспользовались ситуацией: одни не стали отходить от сложившегося мирового бренда, другие, наоборот, решили функционировать дальше в новом виде.

В табл. 1 представлены итоги исследования и выводы о характере проведённого ребрендинга. Не для всех изданий изменения названий связываются с масштабным ребрендингом. Большинство анализируемых изданий проводят частичный ребрендинг (рестайлинг), то есть наблюдаются изменения визуального образа бренда без замены внутреннего содержания и идеологии. Полноценный ребрендинг проводят только два журнала – VOICE (ранее Cosmopolitan) и «Правила жизни» (ранее Esquire). В данном случае изменения происходят на всех уровнях: от позиционирования до дизайна, полностью меняется как внешний, так и внутренний облик издания.

Думается, что заявленная нами тема находится на начальном этапе изучения и име-

\* Соцсети Instagram\* и Facebook\* (принадлежат Meta\*\*) запрещены в Российской Федерации. 21 марта 2022 г. компания Meta\*\* признана в России экстремистской организацией и деятельность холдинга на территории РФ запрещена. Решение вынес Тверской суд Москвы и оно вступило в силу немедленно.

<sup>38</sup> Правила жизни. Медиакит. 2022. С. 2.

<sup>39</sup> Правила жизни. 2022. 12 июля. URL: [https://vk.com/wall-4829\\_229091](https://vk.com/wall-4829_229091) (дата обращения: 11.04.2023).

ет явные перспективы. Более масштабные выводы мы получим при анализе длительного периода с привлечением новых критериев исследования в данном направлении, в том

числе новые ракурсы даст изучение изменений характера рекламы в изданиях, объектов рекламирования и рекламодателей.

Таблица 1

## Ребрендинг глянцевых изданий

Table 1

## Rebranding of glossy magazines

Название журнала	Атрибуты бренда	Медиа контент (рубрикация)	Цифровое поле	Ценности бренда	Характер ребрендинга
TechInsider / «Популярная Механика»	обновлены	не изменилась	расширилось	не изменились	частичный
«Новый очаг» / «Домашний очаг»	обновлены	не изменилась	расширилось	не изменились	частичный
The Symbol / Harper's Bazaar	рамочное обновление	рубрикация переименована, но идентична по наполнению	расширилось	остались прежними, акцент в философии бренда смещён в сторону lifestyle	частичный
Men Today / Men's Health	обновлены	не изменилась	не изменилось	остались прежними, философия бренда расширилась за счёт выхода за пределы тематики о здоровом образе жизни	частичный
U Magazine / InStyle	обновлены	не изменилась	меняется направление активизации бренда в цифровом поле	не изменились	частичный
VOICE / Cosmopolitan	обновлены	рубрики не изменились, но контент больше фокусируется на социальных проблемах	расширилось	пересмотр ценностей и стратегии издания	полноценный
«Правила жизни» / Esquire	обновлены	обновлены	изменилось	кардинально поменялась концепция	полноценный

## Список источников

1. Индустрия российских медиа: цифровое будущее / отв. ред. Е.Л. Вартанова. М.: МедиаМир, 2017. 160 с. <https://elibrary.ru/ytbqmt>
2. Зверева Е.А. Российский рынок журналов начала XXI века: тенденции функционирования и стратегии развития. Воронеж: Кварта, 2016. 198 с.
3. Мироненко Н.Н. Новые тенденции развития журнального рынка России // Медиаскоп. 2007. № 1. С. 1-13. <https://elibrary.ru/jzbxth>



4. Башкеев М.С. Влияние рынка на журнальную периодику: новые технологии и решения // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2009. № 2. С. 231-238. <https://elibrary.ru/kxlqqd>
5. Вырковский А.В. Тенденции развития рынка еженедельных журналов // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2010. № 6. С. 170-177. <https://elibrary.ru/nceudr>
6. Засурский Я.Н., Шкулёв В., Абов Е. и др. Тенденции и проблемы российского рынка журналов // Меди@льманах. 2007. № 1 (18). С. 35-38. <https://elibrary.ru/latwon>
7. Цаканян А.А. Тенденции развития рынка российских газетно-журналов // Современные исследования государства и общества. 2015. № 3-4. С. 136-137. <https://elibrary.ru/ytpsex>
8. Арефьева Т.В. Оценка современного состояния российского газетно-журнального рынка // Экономика и бизнес. Взгляд молодых: сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф. Челябинск: Южно-Уральский гос. ун-т, 2016. № 1. С. 290-292. <https://elibrary.ru/vtrmjv>
9. Науменко О.Л. Тенденции и перспективы развития рынка печатных СМИ // Будущее науки–2019: сб. науч. ст. 7 Междунар. молодёжной науч. конф.: в 2 т. Курск: Юго-Западный гос. ун-т, 2019. Т. 2. С. 237-240. <https://elibrary.ru/ehrimg>
10. Калашникова Е.В. Маркетинговое исследование на рынке прессы // Наука молодых – наука будущего: сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф. Петрозаводск: Международный центр научного партнёрства «Новая наука» (ИП Ивановская И.И.), 2022. С. 27-33. <https://elibrary.ru/hnonxr>
11. Каминская Т.Л. Печатные СМИ России в новых социально-политических условиях: проблемы и креативные решения // Учёные записки Новгородского государственного университета. 2023. № 2 (47). С. 53-57. [https://doi.org/10.34680/2411-7951.2023.2\(47\).53-57](https://doi.org/10.34680/2411-7951.2023.2(47).53-57), <https://elibrary.ru/atqjbg>
12. Зверева Е.А. Функции мифа и бренда в процессе медиатизации постмодернистской реальности // Социально-экономические явления и процессы. 2011. № 9 (31). С. 196-201. <https://elibrary.ru/ouijud>
13. Кривоносов А.Д., Филатова О.Г., Шишкина М.А. Основы теории связей с общественностью. СПб.: Изд. дом «Питер», 2010. 384 с. <https://elibrary.ru/qonnnp>
14. Прохоров А.В. Ребрендинг российских вузов: причины и основания // Брендинг как коммуникационная технология XXI века: материалы 9 Междунар. науч.-практ. конф. / под ред. А.Д. Кривоносова. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2023. С. 125-127. <https://elibrary.ru/fqwpzx>
15. Прохоров А.В., Попов С.А. Комьюнити-маркетинг в индустрии спорта (на примере бегового движения) // Нефилология. 2023. Т. 9. № 1. С. 186-194. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-1-186-194>, <https://elibrary.ru/qtlqqy>

## References

1. Vartanova E.L. (executive ed.). *Industriya rossiiskikh media: tsifrovoe budushchee* [Russian Media Industry: Digital Future]. Moscow, MediaMir Publ., 2017, 160 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/ytbqmt>
2. Zvereva E.A. *Rossiiskii rynek zhurnalov nachala XXI veka: tendentsii funktsionirovaniya i strategii razvitiya* [The Russian Market of Magazines at the Beginning of the 21st Century: Functioning Trends and Development Strategies]. Voronezh, Kvarta Publ., 2016, 198 p. (In Russ.)
3. Mironenko N.N. New development trends in the Russian magazine market. *Mediascope = Mediascope*, 2007, no. 1, pp. 1-13. (In Russ.) <https://elibrary.ru/jzbxth>
4. Bashkeev M.S. Market's impact on magazine press: new technologies and decisions. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika = Moscow University Bulletin. Series 10. Journalism*, 2009, no. 2, pp. 231-238. (In Russ.) <https://elibrary.ru/kxlqqd>
5. Vyrkovskii A.V. Tendencies of development of weekly magazines market. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika = Moscow University Bulletin. Series 10. Journalism*, 2010, no. 6, pp. 170-177. (In Russ.) <https://elibrary.ru/nceudr>
6. Zasurskii Ya.N., Shkulev V., Abov E. et al. Tendentsii i problemy rossiiskogo rynka zhurnalov [Trends and problems of the Russian magazine market]. *Medi@l'manakh = Medi@lmanah*, 2007, no. 1 (18), pp. 35-38. (In Russ.) <https://elibrary.ru/latwon>
7. Tsakanyan A.A. Tendentsii razvitiya rynka rossiiskikh zhurnalov [Trends in the development of the market of Russian magazines]. *Sovremennye issledovaniya gosudarstva i obshchestva = Current Research State and Society*, 2015, no. 3-4, pp. 136-137. (In Russ.) <https://elibrary.ru/ytpsex>
8. Aref'eva T.V. Assessment of the current state of Russian newspaper and magazine market. *Sbornik materialov Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii «Ekonomika i biznes. Vzglyad molodykh»* [Collection of Materials of the International Scientific and Practice Conference "Economy and Business.

- The Look of the Young”]. Chelyabinsk, South Ural State University Publ., 2016, no. 1, pp. 290-292. (In Russ.) <https://elibrary.ru/vtrmjv>
9. Naumenko O.L. Tendentsii i perspektivy razvitiya rynka pechatnykh SMI [Trends and prospects for the development of the print media market]. *Sbornik nauchnykh statei 7 Mezhdunarodnoi molodezhnoi nauchnoi konferentsii «Budushchee nauki–2019»* [Collection of Scientific Works of the 7th International Youth Scientific Conference “The Future of Science – 2019”]. Kursk, Southwest State University Publ., 2019, vol. 2, pp. 237-240. (In Russ.) <https://elibrary.ru/ehrimg>
  10. Kalashnikova E.V. Marketing research on the press market. *Sbornik statei Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii «Nauka molodykh – nauka budushchego»* [Collection of Works of the International Scientific and Practice Conference “Science of the Young – Science of the Future”]. Petrozavodsk, International Center for Scientific Partnership “New Science” (IE Ivanovskaya I.I.), 2022, pp. 27-33. (In Russ.) <https://elibrary.ru/hnonxr>
  11. Kaminskaya T.L. Print media of Russia in new socio-political conditions: problems and creative solutions. *Uchenye zapiski Novgorodskogo gosudarstvennogo universiteta = Memoirs of NovSU*, 2023, no. 2 (47), pp. 53-57. (In Russ.) [https://doi.org/10.34680/2411-7951.2023.2\(47\).53-57](https://doi.org/10.34680/2411-7951.2023.2(47).53-57), <https://elibrary.ru/atqjbg>
  12. Zvereva E.A. Functions of myth and brand in the process of mediatization of postmodern reality. *Sotsial’no-ekonomicheskie yavleniya i protsessy = Social-Economic Phenomena and Processes*, 2011, no. 9 (31), pp. 196-201. (In Russ.) <https://elibrary.ru/ouijud>
  13. Krivonosov A.D., Filatova O.G., Shishkina M.A. *Osnovy teorii svyazei s obshchestvennost’yu* [Fundamentals of the Theory of Public Relations]. St. Petersburg, Publishing House “Piter”, 2010, 384 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/qonnpn>
  14. Prokhorov A.V. Russian universities rebranding: reasons and grounds. In: Krivonosov A.D. (ed.). *Materialy 9 Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii «Branding kak kommunikatsionnaya tekhnologiya XXI veka»* [Proceedings of the 9th International Scientific and Practice Conference “Branding as a Communication Technology of the 21st Century”]. St. Petersburg, Saint Petersburg State University of Economics Publ., 2023, pp. 125-127. (In Russ.) <https://elibrary.ru/fqwpzx>
  15. Prokhorov A.V., Popov S.A. Community marketing in the sports industry (on the example of running). *Neofilologiya = Neophilology*, 2023, vol. 9, no. 1, pp. 186-194. (In Russ.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-1-186-194>, <https://elibrary.ru/qltqqy>

#### Информация об авторе

**Зверева Екатерина Анатольевна**, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью, Тамбовский государственный университет им. Г.П. Державина, г. Тамбов, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0001-7418-7216>, [Katya9\\_2001@mail.ru](mailto:Katya9_2001@mail.ru)

**Вклад в статью:** идея и дизайн исследования, поиск и анализ научной литературы, работа с источниками, анализ медиатекстов, обобщение опыта исследователей, обработка и редактирование материала, написание и оформление текста статьи.

Поступила в редакцию 22.08.2023  
Поступила после рецензирования 06.10.2023  
Принята к публикации 12.10.2023

#### Information about the author

**Ekaterina A. Zvereva**, Dr. habil. (Philology), Associate Professor, Professor of Journalism, Advertising and Public Relations Department, Derzhavin Tambov State University, Tambov, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0001-7418-7216>, [Katya9\\_2001@mail.ru](mailto:Katya9_2001@mail.ru)

**Contribution:** study idea and design, scientific literature search and analysis, work with sources, media texts analysis, researches experience synthesis, material processing and editing, manuscript text drafting and design.

Received August 22, 2023  
Revised October 6, 2023  
Accepted October 12, 2023

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ / ORIGINAL ARTICLE

УДК / UDC 070

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-902-913>

Шифр научной специальности 5.9.9

## Композиционно-графическая модель литературно-художественного журнала «Дон»

Елена Николаевна КЛЕМЁНОВА , Анжела Викторовна МУХА  

ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

344022, Российская Федерация, г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 69

 [ekstazi15@mail.ru](mailto:ekstazi15@mail.ru)

**Аннотация.** В исследовании рассмотрены изменения в композиционно-графической модели журнала «Дон». Также проанализированы разные определения термина «композиционно-графическая модель», на основе которых определено, что это модель издания, некая система регулирования, которая отражает существенные характеристики облика периодического издания. Выделены критерии для анализа композиционно-графической модели литературно-художественного журнала: 1) бренд и логотип; 2) модель оформления обложки; 3) оригинальное оформление материалов на полосах; 4) шрифтовое оформление рубрик, заголовков и текстов; 5) дополнительные средства выделения; 6) цветовая гамма издания. На основе отобранных характеристик проведён анализ оформительской модели журнала «Дон» в период с 1945 по 2022 г. Проанализирована трансформация композиционно-графической модели литературно-художественного журнала «Дон». Для реализации этой цели рассмотрены композиционно-графические модели издания в разные периоды существования журнала «Дон»: 1945–1949 гг., 1950–1952 гг., 1953–1957 гг., 1958–1963 гг., 1963–1976 гг., 1977–1979 гг., 1980–1989 гг., 1990–1993 гг., 1994–2000 гг., 2001–2022 гг. На завершающем этапе исследования рассмотрена современная композиционно-графическая модель издания, которая, по мнению исследователей, не способствует узнаваемости бренда «Дон». В ходе исследования сделан вывод, что в современных выпусках журнала отсутствует оригинальная оформительская концепция, которая могла бы привлекать новую аудиторию.

**Ключевые слова:** композиционно-графическая модель, журнал, литературно-художественный журнал, шрифты, цветовая гамма, средства выделения, полоса

**Для цитирования:** Клемёнова Е.Н., Муха А.В. Композиционно-графическая модель литературно-художественного журнала «Дон» // Неофилология. 2023. Т. 9. № 4. С. 902-913. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-902-913>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная




## Compositional and graphic model of the literary and artistic magazine “Don”

Elena N. KLEMENOVA , Angela V. MUKHA  

Rostov State University of Economics

69 Bolshaya Sadovaya St., Rostov-on-Don, 344022, Russian Federation

 [ekstazi15@mail.ru](mailto:ekstazi15@mail.ru)

**Abstract.** The study examined changes in the compositional and graphic model of the Don magazine. Various definitions of the term “compositional-graphic model” were also analyzed, on the basis of which the authors determined that this is a publication model, a kind of regulatory system that reflects the essential characteristics of the appearance of a periodical. The work identifies criteria for analyzing the compositional and graphic model of a literary and artistic magazine: 1) brand and logo; 2) cover design model; 3) original design of materials on the strips; 4) font design of headings, headings and texts; 5) additional means of selection; 6) color scheme of the publication. Based on the selected characteristics, an analysis was carried out of the design model of the magazine “Don” in the period from 1945 to 2022. The transformation of the compositional and graphic model of the literary and art magazine “Don” was analyzed. To achieve this goal, compositional and graphic models of the publication were considered in different periods of the existence of the Don magazine: 1945–1949, 1950–1952, 1953–1957, 1958–1963, 1963–1976, 1977–1979, 1980–1989, 1990–1993, 1994–2000, 2001–2022. At the final stage of the study, the modern compositional and graphic model of the publication was considered, which, according to the researchers, does not contribute to the recognition of the Don brand. During the study, the authors came to the conclusion that modern issues of the magazine lack an original design concept that could attract a new audience.

**Keywords:** compositional and graphic model, magazine, literary and artistic magazine, fonts, color scheme, highlighting tools, stripe

**For citation:** Klemenova, E.N., & Mukha, A.V. Compositional and graphic model of the literary and artistic magazine “Don”. *Neofilologiya = Neophilology*, 2023;9(4):902-913. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-902-913>



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



### ВВЕДЕНИЕ

На сегодняшний день для увеличения результативности журналистской работы, эффективной реализации журналистских материалов всё большее значение приобретает оформление печатного периодического издания.

Каждое средство массовой информации в современном мире борется за узнаваемость, и как следствие – за аудиторию. Для этого они используют новые средства привлечения внимания, которыми в том числе является композиционно-графическая модель издания, наполненная такими характеристиками, как

бренд и логотип, модель оформления обложки и материала на полосах, шрифтовое оформление рубрик, заголовков и текстов, средства выделения и цвет. На данный момент трансформация оформительской модели издания считается продуктивным способом привлечения внимания качественной аудитории.

### ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

Рассмотрев разные определения, предлагаемые исследователями, мы будем понимать под композиционно-графической моделью

издания определённую систему регулирования, которая отражает существенные характеристики облика периодического издания [1, с. 110; 2, с. 154].

В отечественной науке имеется достаточное количество научных трудов, в которых содержится определение термина «композиционно-графическая модель», большая часть из которых рассматривает данное определение как систему или свод правил единого стиля [3, с. 249].

Исследователи О.В. Мыскова и К.С. Мачалина рассматривают композиционно-графическую модель периодического издания как некий стиль, который создаётся на основе современных технологий и тенденций [4, с. 56-57].

Композиционно-графическая модель издания неотъемлема от стиля издания. Об этом упоминает в своих работах Е.А. Зверева, которая рассматривает «фирменный стиль издания» как «комплекс характеристик содержания и формы» [5, с. 56].

Другие учёные связывают композиционно-графическую модель с типом издания. Например, А.С. Сундуков и М.Н. Яковлев в одной из своих работ по оформлению литературного журнала «Нива» отмечают, что вслед за журналами мод в конце XIX века литературные журналы начинают использовать двухколонную вёрстку [6, с. 153].

Неотъемлемой частью композиционно-графической модели любого периодического издания является визуальный ряд [7, с. 136]. О визуальной составляющей медиа неоднократно в своих работах упоминает С.И. Симаква. Учёный утверждает, что современный медиапродукт должен быть наглядным, удобочитаемым и лёгким в восприятии аудитории, именно тогда медиапродукт будет популярен [8, с. 163].

## ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

В работе рассматривается композиционно-графическая модель литературно-художественного журнала «Дон». Для реализации этой цели была рассмотрена трансформация композиционно-графической модели журнала в период с 1945 по 2022 г. На завершаю-

щем этапе исследования проанализирована современная композиционно-графическая модель издания.

В исследовании используются такие методы, как описательный, сопоставительный, классификации, а также метод сплошной выборки. Базовой методикой послужил качественный анализ элементов композиционно-графической модели журнала «Дон».

Эмпирической базой в исследовании послужили номера журнала с 1945 по 2022 г., а именно, по 12 номеров каждый год.

Объектом исследования стал литературно-художественный журнал «Дон», а предметом – композиционно-графическая модель издания.

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Опираясь на определения термина «композиционно-графическая модель», нами были выделены критерии для её анализа:

- 1) бренд и логотип;
- 2) модель оформления обложки;
- 3) оригинальное оформление материалов на полосах;
- 4) шрифтовое оформление рубрик, заголовков и текстов;
- 5) дополнительные средства выделения;
- 6) цветовая гамма издания [9, с. 642; 10, с. 167; 11, с. 273; 12, с. 124].

В исследовании нами была проанализирована композиционно-графическая модель литературно-художественного журнала «Дон» в период с 1945 по 2022 г. Композиционно-графическая модель в этом журнале рассматривалась по десяти периодам, которым были характерны изменения в оформлении издания.

Журнал «Дон», несмотря на свою значительную литературную составляющую, являлся энциклопедическим изданием Дона, выходившим ежемесячно и содержащим большое количество изображений и текстов для самой широкой аудитории. В первые годы своего существования «Дон» был изданием для массовой аудитории, но не выражал никаких критических взглядов, и общественные события комментировал сдержанно. В «Доне» использовались различные иллюстрации:



рисунки местных художников, фотографии скульптур, репродукции картин [13, с. 163].

Редакционная политика на популяризацию искусства себя оправдала. Невысокая стоимость номера, разнообразие материалов и изображения позволили «Дону» стать одним из самых популярных журналов в Донском крае. В конце XX века он стал своеобразной «энциклопедией Донского края», отражающей быт и традиции региона.

В данном исследовании нами предпринята попытка рассмотреть композиционно-графические особенности модели литературно-художественного журнала «Дон» в разные годы. Композиционно-графическая модель литературно-художественного журнала «Дон» заключается в следующем:

- название «Дон» ассоциативно относит к Донскому региону;
- логотипом журнала является «словесный товарный знак в оригинальном начертании», то есть стандартизированный формат написания названия издания;
- основные цвета журнала меняются (от голубого до красного);
- шрифтовые начертания, используемые в журнале, не превышают двух–трёх гарнитур.

Рассмотрим подробнее трансформацию композиционно-графической модели в журнале «Дон». В апреле 1945 г. выходит первый номер журнала «Дон» в твёрдом переплёте форматом А5 (рис. 1). Обложка выполнена в белом цвете, на которой располагается на треть страницы название журнала «Дон» синего цвета. Логотип журнала выполнен в стилистике XX века. Слово «Дон» набрано декоративным шрифтом с засечками. Ниже названия расположен декоративным элемент в виде волн, который являлся фирменным знаком журнала до 1990-х гг., которые в разные годы то исчезал со страниц издания, то возвращался вновь. С выключкой вправо ниже содержится информация о типе издания – «Литературно-художественный альманах». Для издания был выбран класс шрифтов «Антиква» [14, с. 110]. Внизу на обложке справа напечатан номер издания и год, а слева – учредитель. Эта информация отделена дополнительным декоративным элементом – линейкой. Больше в номерах

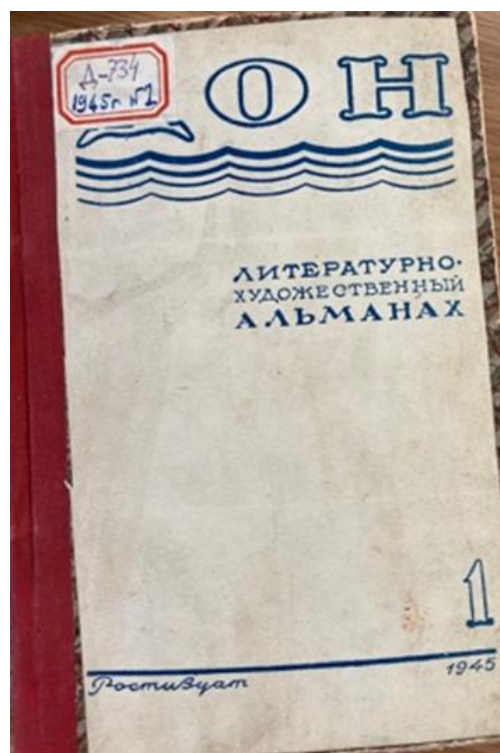


Рис. 1. Обложка журнала «Дон», 1945 г.

Fig. 1. Cover of Don magazine, 1945

журнала в период с 1945 по 1949 г. никаких декоративных элементов не представлено. В первом номере журнала «Дон» превалирует беллетристика, но она не сопровождается никакими изображениями и декоративными элементами. Данное оформление использовалось в журнале до 1949 г. включительно.

В 1950 г. журнал «Дон» меняет композиционно-графическую модель, обложка приобретает синие оттенки (рис. 2). На обложке журнала также помещено название издания синего оттенка, которое является и логотипом журнала, однако меняется шрифт написания слова «Дон». Теперь он декоративный. Под названием располагается название типа издания «Литературно-художественный альманах» на белой подложке. Внизу обложки по центру помещается порядковый номер журнала и название издательства с годом выхода, которые отделены белой линейкой, предположительно, в 20 пунктов. Во всех выпусках журнала с 1950 по 1952 г. присутствует книжная верстка,



**Рис. 2.** Обложка журнала «Дон», 1950 г.  
**Fig. 2.** Cover of Don magazine, 1950



**Рис. 3.** Обложка журнала «Дон», 1955 г.  
**Fig. 3.** Cover of Don magazine, 1955

в которой практически отсутствуют декоративные элементы, шрифтовые и цветовые выделения. Однако каждый материал заканчивается щедро украшенными растительными виньетками. В некоторых номерах «Дона» в эти годы помещены изображения, например, в № 2 1950 г., которые дополняют текстовый комплекс издания. С 1951 г. в журнале «Дон» появляются иллюстрации местных художников.

С 1953 г. происходят изменения в дизайне журнала (рис. 3). Для названия журнала выбирается рисованный шрифт и голубой цвет, информацию о типе издания начинают печатать золотым цветом и размещают по центру. Несколько волн теперь сменяет одна полужирная волна, которая располагается сразу под типом журнала и разделяет заголовочный комплекс и данные об издателе и номере. Над информацией об учредителе и годе расположена золотая линейка. Отметим, что использование золотого цвета в дизайне журнала являлось удачным решением, так

как золото ассоциируется с богатством, процветанием и хлебными полями Донского края.

С 1958 г. снова происходит смена в оформлении журнала «Дон». В эти годы обложка журнала становится иллюстрированной, и «Дон» начинает выходить в формате А4. Название журнала переносят в правый нижний угол, уменьшается кегль и начинают использовать типографическую группу шрифтов «Гротеск» [15, с. 217]. Нам кажется, такое решение не совсем удачным, так как сразу в глаза не бросается название журнала (оно отходит как бы на второй план). С обложки также на некоторое время исчезает узнаваемый декоративный элемент – волна. Значительные изменения в оформлении журнала происходят и в содержании, теперь оно печатается с использованием цвета и дополнительных декоративных элементов – плашек, линеек [16, с. 22]. Хочется отметить, что с 1960-х гг. в журнале появляется новый фирменный цвет издания – красный (рис. 4). Выбран данный цвет не случайно, так как он



**Рис. 4.** Обложка журнала «Дон», 1960 г.  
**Fig. 4.** Cover of Don magazine, 1960



**Рис. 5.** Обложка журнала «Дон», 1970 г.  
**Fig. 5.** Cover of Don magazine, 1970

у читателей прежде всего мог ассоциироваться с яркой коммунистической символикой. В этот период в журнале начинают использовать фирменные буквицы [17, с. 130]. А каждый материал отделяет линейка в виде волны, правда, уже чёрного цвета. Иногда в названии рубрики присутствовали рисованные изображения. Например, в № 10 за 1961 г. рубрика «Проза» содержала картину природы. В некоторых выпусках журнала «Дон» с 1960-х гг. на обложке были размещены портреты писателей, фотографии скульптур, памятников, картин или рисунки художников. Например, в № 12 за 1960 г. размещён рисунок Н. Драгунова. Иногда в издании печатали рисунки к рассказам и анекдотам, шуткам, фотографии к статьям. В № 12 за 1960 г., например, опубликована фотография Ф. Нансена к материалу Р. Фатуева «Фритъоф Нансен в Дагестане». Данная композиционно-графическая модель просуществовала в издании до 1963 г.

Следующие изменения в дизайне журнала «Дон» коснулись периода 1964-х гг. (рис. 5). Снова название журнала было возвращено на верх обложки, но с уменьшенным интерлиньяжем, и было выполнено в синем цвете. Слева практически на всю длину обложки размещается изображение красной волны и солнца. Внизу по центру размещают год издания, а номер справа в нижнем углу. Информация о типе, издателе, месяце переносится на вторую полосу журнала и отделяется квадратами красного и чёрного цветов. В содержании каждая рубрика отделяется чёрной тонкой линейкой, а в правом углу располагается красное изображение солнца. В этот период все названия рубрик были выполнены в красном цвете. Такая композиционно-графическая модель просуществовала в журнале «Дон» до 1976 г.

В ноябре 1977 г. выходит тематический выпуск журнала «Дон», который был посвящён юбилею Октябрьской революции и оз-





**Рис. 6.** Обложка журнала «Дон», 1977 г.  
**Fig. 6.** Cover of Don magazine, 1977

наменовал смену прошлой композиционно-графической модели (рис. 6). С 1977 г. изменяется обложка издания таким образом, что название переносится в нижний правый угол, уменьшается расстояние с буквами, а фон становится пастельно-розовым. Под названием располагается рантовая линейка и возвращается узнаваемый для читателей декоративный элемент – волна. Ниже расположен год и текущий номер, которые выполнены в синем цвете. В литературных произведениях этого периода всегда присутствуют рисунки, а в названии произведений используются авторские шрифты. Такое оформление у издания было до 1979 г.

В 1980 г. выходит журнал «Дон» в новом оформлении. Обложка приобретает узнаваемый для большинства ростовчан вид: пастельный розовый цвет, увеличивается кегль в названии и возвращается фирменный знак журнала – голубые волны. Снова основным цветом журнала становится синий. На обложке появляются сведения о типе и учредителе издания. В содержание включены несколько



**Рис. 7.** Обложка журнала «Дон», 1984 г.  
**Fig. 7.** Cover of Don magazine, 1984

видов линеек: полужирные и тонкие. Вёрстка выполнена то в одну, то в две колонки, что напоминает больше книгу, а не журнал. Например, № 3 за 1984 г. полностью свёрстан в одну полосу (рис. 7).

В январе 1990 г. выходит новый выпуск журнала «Дон» с обновлённой композиционно-графической моделью (рис. 8). Название издания теперь выполнено белым шрифтом с голубой обводкой и располагается по центру обложки. Внизу с выключкой вправо располагается год издания, а по левому краю текущий номер. Ниже напечатана линейка, по которой проходят две синие волны. Хочется отметить, что в 1990-е гг. в журнале появляется ещё один цвет – розовый. Каждый материал в издании начинает сопровождаться колонтитулами, в которых размещено название журнала, год и порядковый номер. В номере практически отсутствуют декоративные элементы, а материалы размещены в одну колонку. Такое оформление журнала «Дон» сохранилось до 1993 г.



**Рис. 8.** Обложка журнала «Дон», 1990 г.  
**Fig. 8.** Cover of Don magazine, 1990

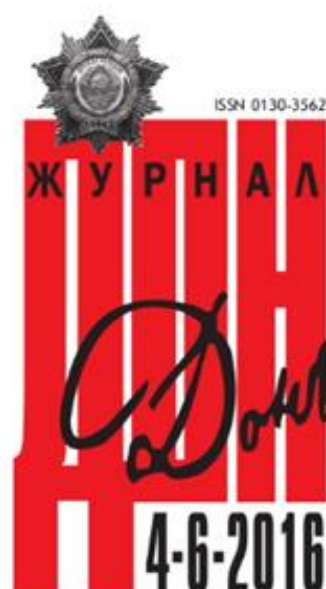


**Рис. 9.** Обложка журнала «Дон», 1994 г.  
**Fig. 9.** Cover of Don magazine, 1994

В 1994 г. меняется обложка журнала, она становится минималистичной (рис. 9). В номерах пропадают какие-либо дополнительные цвета, остаётся лишь узнаваемый синий цвет. В целом, композиционно-графическая модель в эти годы не претерпела никаких изменений в сравнении с предыдущим периодом.

С 2001 г. журналу «Дон» свойственно новое минималистичное оформление. На сегодняшний день у журнала белая обложка с красно-чёрной надписью и орденом Дружбы народов на названии. В журнале вообще отсутствуют какие-либо оформительские элементы. В номерах журнала «Дон», выходивших после 1985 г., совсем отсутствуют иллюстрации.

В современных выпусках издания название журнала выполнено жирным шрифтом красного цвета и перед ним присутствует ещё раз название, но уже в чёрном цвете (рис. 10). Это двойное написание названия затрудняет прочтение. Кроме того, на обложке



**Рис. 10.** Обложка журнала «Дон», 2016 г.  
**Fig. 10.** Cover of Don magazine, 2016



отсутствуют данные о типе издания и учредителе. Все элементы на первой полосе расположены в центре близко друг другу, что перегружает внимание читателя, и он не может выделить для себя главное. Региональная принадлежность, которая была выражена в издании в изображении элегантной волны на обложке журнала и вызывала ассоциации с широтой реки Дон, на сегодняшний день утрачена.

Как мы выяснили, редакция журнала «Дон» неоднократно предпринимала попытки трансформации композиционно-графической модели. На наш взгляд, на сегодняшний день выбрана неудачная композиционно-графическая модель издания, которая не способствует узнаваемости бренда, не отвечает современным трендам в оформлении периодических изданий и не может привлекать качественную аудиторию. За всю историю существования журнала это наименее удачное оформление, которое не способствует поддержанию имиджа издания.

## ВЫВОДЫ

Подводя итог, можно смело говорить о том, что композиционно-графическая модель любого печатного периодического издания – это этап проектирования дизайна, в котором содержательные характеристики обретают некую форму в соответствии с определёнными задачами издания и восприятием читательской аудитории. Проанализированное в данной статье средство массовой информации, литературно-художественный журнал «Дон» с 1945 по 2022 г. несколько раз меняло оформление, на данном этапе существования издания, на наш взгляд, выбрана композиционно-графическая модель, которая не соответствует современным трендам в оформлении печатных периодических изданий, так как двойное написание названия «Дон» затрудняет прочтение, отсутствие оригинально оформленных полос не может вызывать интерес у аудитории, а цветовая гамма не ассоциируется с Донским краем.

В дальнейшем хотелось бы сравнить композиционно-графическую модель журнала «Дон» с моделями других региональных литературных журналов для выявления удачных параметров композиционно-графической модели журнала на современном этапе.

## Список источников

1. *Кацук А.А.* Композиционно-графическая модель печатного и сетевого издания // Коммуникации в эпоху цифровых изменений: сб. материалов 4 Междунар. науч.-практ. конф. / под ред. А.Д. Кривоносова. Париж: L'Harmattan; Санкт-Петербург: С.-Петерб. гос. эконом. ун-т, 2020. С. 110-113. <https://elibrary.ru/aimkqb>
2. *Топчий И.В., Иванова Д.О.* Особенности инфографики в спецпроектах на научно-популярную тематику // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2022. № 3 (45). С. 153-163. <https://doi.org/10.47475/2070-0695-2022-10315>, <https://elibrary.ru/lpxtpc>
3. *Дукова З.Т., Балова И.М.* Композиционно-графическая модель «Газеты Юга» // Перспектива-2016: материалы Междунар. науч. конф. студентов, аспирантов и молодых учёных. Нальчик: Кабардино-Балкарский гос. ун-т, 2016. Т. 2. С. 248-252. <https://elibrary.ru/yncctc>
4. *Мысцова О.В., Мачалина К.С.* Композиционно-графическая модель промышленных периодических изданий, тенденции оформления // Вектор развития промдизайна. Актуальные тренды: сб. материалов науч.-практ. семинара. М.: РГУ им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), 2020. С. 55-59. <https://elibrary.ru/ubyhwt>
5. *Зверева Е.А.* Дизайн периодических изданий. Тамбов: Изд-во ТГУ, 2011. 71 с.
6. *Сундуков А.С., Яковлев М.Н.* Композиционно-графическая модель журнала «Нива» // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2015. № 2. С. 153-154. <https://elibrary.ru/ttclsp>

7. Симакова С.И. Визуализация в СМИ: вынужденная необходимость или объективная реальность? // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. 2017. Т. 23. № 1-2. С. 135-139. <https://elibrary.ru/ytosjf>
8. Симакова С.И. Влияние новых технологий на визуальный контент журналистских материалов // Вестник Челябинского государственного университета. 2015. № 5 (360). С. 163-169. <https://elibrary.ru/tqssvh>
9. Карпенко И.И. Структурно-композиционные приёмы инфотейнмента в медиатекстах региональных печатных СМИ // Неофилология. 2023. Т. 9. № 3 (35). С. 641-656. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-3-641-656>, <https://elibrary.ru/ojocbk>
10. Корешков В.В., Константинова С.В. Художественные особенности формообразования фирменного стиля периодического печатного издания // Дизайн. Пространство. Архитектура: материалы Междунар. науч.-практ. конф. Уфа: УГНТУ, 2016. С. 162-168. <https://elibrary.ru/xsekzj>
11. Кузьмина М.А. Типографика медиа: технические характеристики, сравнительный анализ UX/UI-дизайна сайта и полиграфической вёрстки (на примере русского издания Esquire) // Известия ТулГУ. Технические науки. 2021. № 3. С. 272-276. <https://doi.org/10.24412/2071-6168-2021-3-272-276>, <https://elibrary.ru/grnoau>
12. Луценко Е.Ю., Лынова Е.П. Подготовка композиционно-графической модели периодического издания для детей // Традиции и инновации в массовой коммуникации: материалы I Всерос. науч.-практ. конф. Краснодар: Кубан. гос. ун-т, 2021. С. 123-126. <https://elibrary.ru/hxtwbu>
13. Муха А.В. Региональный литературно-художественный журнал «Дон» в исторической перспективе // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2021. Т. 1. № 1 (34). С. 162-169. [https://doi.org/10.51965/2076-7919\\_2021\\_2\\_2\\_183](https://doi.org/10.51965/2076-7919_2021_2_2_183), <https://elibrary.ru/hgyugt>
14. Арсененко И.П., Мусинова А.А. Визуализация медиаконтента как способ завоевать лояльность читателей в целях устойчивости СМИ // Вестник Казахского национального университета. Серия журналы. 2022. Т. 63. № 1. С. 106-118. <https://doi.org/10.26577/HJ.2022.v63.i1.11>, <https://elibrary.ru/amsybc>
15. Енифанова А.Г. Актуальные аспекты дизайн-деятельности в коммуникационном пространстве визуальной айдентики современных российских образовательных журналов // Общество: философия, история, культура. 2022. № 6 (98). С. 215-221. <https://doi.org/10.24158/fik.2022.6.37>, <https://elibrary.ru/puznqq>
16. Татаринцева И.В., Постникова Н.А. Визуально-графическая коммуникация образовательного дизайна в социально-культурном контексте // Социально-экономические явления и процессы. 2020. Т. 15. № 1 (108). С. 21-29. [https://doi.org/10.20310/1819-8813-2020-15-1\(108\)-21-29](https://doi.org/10.20310/1819-8813-2020-15-1(108)-21-29), <https://elibrary.ru/bhtfnf>
17. Тыщевская А.Ю. Дизайн современной газеты и новые подходы к формированию ее содержания // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2012. № 2 (18). С. 130-138. <https://elibrary.ru/oxvlbt>

## References

1. Kashchuk A.A. Compositional and graphic model of printed and online publications. In: Krivonosov A.D. (ed.). *Sbornik materialov 4 Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii «Kommunikatsii v epokhu tsifrovyykh izmenenii»* [Collection of Materials of the 4th International Scientific and Practical Conference]. Paris, St. Petersburg, L'Harmattan, St. Petersburg State Economic University Publ., 2020, pp. 110-113. (In Russ.) <https://elibrary.ru/aimkqb>
2. Topchii I.V., Ivanova D.O. Features of infographics in special projects for popular science. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya = Sign: Problematic Field in Mediaeducation*, 2022, no. 3 (45), pp. 153-163. (In Russ.) <https://doi.org/10.47475/2070-0695-2022-10315>, <https://elibrary.ru/lpxtpc>
3. Dukova Z.T., Balova I.M. Kompozitsionno-graficheskaya model' «Gazety Yuga» [Composition and graphic model of "Newspapers of the South"]. *Materialy mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii studentov, aspirantov i molodykh uchenykh «Perspektiva-2016»* [Proceedings of the International Scientific Conference of Students, Graduate Students and Young Scientists "Perspective-2016"]. Nalchik, Kabardino-Balkarskii gosudarstvennyi universitet, 2016, vol. 2, pp. 248-252. (In Russ.) <https://elibrary.ru/yncctc>
4. Myskova O.V., Machalina K.S. Kompozitsionno-graficheskaya model' promyshlennykh periodicheskikh izdaniy, tendentsii oformleniya [Compositional and graphic model of industrial periodicals, design trends].

- Sbornik materialov nauchno-prakticheskogo seminar «Vektor razvitiya promdizaina. Aktual'nye trendy»* [Proceedings of the Scientific and Practical Seminar “Vector of Industrial Design Development. Current Trends”]. Moscow, The Kosygin State University of Russia Publ., 2020, pp. 55-59. (In Russ.) <https://elibrary.ru/ubyhwt>
5. Zvereva E.A. *Dizain periodicheskikh izdaniy* [Design of Periodical]. Tambov, Derzhavin Tambov State University Publ., 2011, 71 p. (In Russ.)
  6. Sundukov A.S., Yakovlev M.N. Composite and graphical model of the magazine “Niva”. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika = Proceedings of Voronezh State University. Series: Philology. Journalism*, 2015, no. 2, pp. 153-154. (In Russ.) <https://elibrary.ru/ttclsp>
  7. Simakova S.I. Visualization in the media: forced necessity or objective reality? *Vestnik Samarskogo universiteta. Istoriya, pedagogika, filologiya = Vestnik of Samara University. History, Pedagogics, Philology*, 2017, no. 23, no. 1-2, pp. 135-139. (In Russ.) <https://elibrary.ru/ytosjf>
  8. Simakova S.I. Impact of new technologies on visual journalism content. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of Chelyabinsk State University*, 2015, no. 5 (360), pp. 163-169. (In Russ.) <https://elibrary.ru/tqssvh>
  9. Karpenko I.I. Structural and compositional techniques of infotainment in media texts of regional print media. *Neofilologiya = Neophilology*, 2023, vol. 9, no. 3 (35), pp. 641-656. (In Russ.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-3-641-656>, <https://elibrary.ru/ojocbk>
  10. Koresnikov V.V., Konstantinova S.V. Khudozhestvennye osobennosti formoobrazovaniya firmennogo stilya periodicheskogo pchatnogo izdaniya [Artistic features of the formation of the corporate style of a periodical printed publication]. *Materialy Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii «Dizain. Prostranstvo. Arkhitektura»* [Proceedings of the International Scientific and Practical Conference “Design. Space. Architecture”]. Ufa, Ufa State Petroleum Technological University Publ., 2016, pp. 162-168. (In Russ.) <https://elibrary.ru/xsekzj>
  11. Kuz'mina M.A. Media typography: technical characteristics, comparative analysis of UX/UI design of the site and printing (on the example of the Russian edition of esquire). *Izvestiya TulGU. Tekhnicheskie nauki = Izvestiya Tula State University. Technical Sciences*, 2021, no. 3, pp. 272-276. (In Russ.) <https://doi.org/10.24412/2071-6168-2021-3-272-276>, <https://elibrary.ru/grnoau>
  12. Lutsenko E.Yu., Lynova E.P. Podgotovka kompozitsionno-graficheskoi modeli periodicheskogo izdaniya dlya detei [Preparation of a compositional and graphic model of a periodical for children]. *Materialy I Vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii «Traditsii i innovatsii v massovoi kommunikatsii»* [Proceedings of the 1st All-Russian Scientific and Practical Conference “Traditions and innovations in mass communication”]. Krasnodar, Kuban State University Publ., 2021, pp. 123-126. (In Russ.) <https://elibrary.ru/hxtwbu>
  13. Mukha A.V. Regional literary and artistic journal “Don” in historical perspective. *Vestnik Volzhskogo universiteta im. V.N. Tatishcheva = Vestnik of Volzhsky University after V.N. Tatischev*, 2021, vol. 1, no. 1 (34), pp. 162-169. (In Russ.) [https://doi.org/10.51965/2076-7919\\_2021\\_2\\_2\\_183](https://doi.org/10.51965/2076-7919_2021_2_2_183), <https://elibrary.ru/hgyugt>
  14. Arsenenko I.P., Musinova A.A. Visualization of media content as a way to gain reader loyalty for media sustainability. *Vestnik Kazakhskogo natsional'nogo universiteta. Seriya zhurnalistiki = Herald of Journalism*, 2022, vol. 63, no. 1, pp. 106-118. (In Russ.) <https://doi.org/10.26577/HJ.2022.v63.i1.11>, <https://elibrary.ru/amsybc>
  15. Epifanova A.G. Actual aspects of design activity in the communication space of visual identity of modern Russian educational journals. *Obshchestvo: filosofiya, istoriya, kul'tura = Society: Philosophy, History, Culture*, 2022, no. 6 (98), pp. 215-221. (In Russ.) <https://doi.org/10.24158/fik.2022.6.37>, <https://elibrary.ru/puznqq>
  16. Tatarintseva I.V., Postnikova N.A. Visual and graphic communication of educational design in socio-cultural context. *Sotsial'no-ekonomicheskie yavleniya i protsessy = Social-Economic Phenomena and Processes*, 2020, vol. 15, no. 1 (108), pp. 21-29. (In Russ.) [https://doi.org/10.20310/1819-8813-2020-15-1\(108\)-21-29](https://doi.org/10.20310/1819-8813-2020-15-1(108)-21-29), <https://elibrary.ru/bhtfnf>
  17. Tyshetskaya A.Yu. Contemporary design of newspaper and new approaches to structure of its content. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya = Tomsk State University Journal of Philology*, 2012, no. 2 (18), pp. 130-138. (In Russ.) <https://elibrary.ru/oxvlbt>

### Информация об авторах

**Клемёнова Елена Николаевна**, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой журналистики, Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0002-2281-8976>, [klemenova@yandex.ru](mailto:klemenova@yandex.ru)

**Вклад в статью:** разработка общей концепции статьи, проведение исследования и обработка его результатов, окончательное редактирование статьи.

**Муха Анжела Викторовна**, старший преподаватель кафедры журналистики, Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0002-4477-4046>, [ekstazi15@mail.ru](mailto:ekstazi15@mail.ru)

**Вклад в статью:** идея исследования, сбор и анализ эмпирического материала, обзор научных источников, написание и оформление текста статьи.

Конфликт интересов отсутствует.

Поступила в редакцию 09.08.2023

Поступила после рецензирования  
и доработки 12.09.2023

Принята к публикации 12.10.2023

### Information about the authors

**Elena N. Klemenova**, Dr. habil. (Philology), Professor, Head of Journalism Department, Rostov State University of Economics, Rostov-on-Don, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0002-2281-8976>, [klemenova@yandex.ru](mailto:klemenova@yandex.ru)

**Contribution:** general manuscript concept development, research conducting and its results processing, final manuscript editing.

**Angela V. Mukha**, Senior Lecturer of Journalism Department, Rostov State University of Economics, Rostov-on-Don, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0002-4477-4046>, [ekstazi15@yandex.ru](mailto:ekstazi15@yandex.ru)

**Contribution:** study idea, empirical material acquisition and analysis, scientific resources review, manuscript text drafting and design.

There is no conflict of interests.

Received August 9, 2023

Approved after reviewing and revision

September 12, 2023

Accepted October 12, 2023





НАУЧНАЯ СТАТЬЯ / ORIGINAL ARTICLE

УДК / UDC 070

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-914-930>

Шифр научной специальности 5.9.9

## Приёмы манипулирования общественным мнением при освещении политических событий радиостанциями России и Германии

Роман Петрович БАКАНОВ  , Камилла Айдаровна НУРУТДИНОВА   
ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»  
420008, Российская Федерация, г. Казань, ул. Кремлёвская, 18  
 [rbakanov@yandex.ru](mailto:rbakanov@yandex.ru)

**Аннотация.** Выявлены и изучены приёмы манипулирования общественным мнением при освещении политических событий радиостанциями России и Германии. Получение точной и проверенной информации о событиях действительности – конституционное право каждого человека, а формирование объективной картины мира и объяснение происходящих явлений – важнейшая функция редакции каждого СМИ. Однако в настоящее время у СМИ в приоритете формирование (часто навязывание) определённого общественного мнения, способного исказить реальную обстановку как в локальном, так и международном контексте. Изучено 842 эфира радиостанций разных форм собственности России и Германии (по три от каждой страны) за период с 17 января 2021 по 1 ноября 2022 г. На примере четырёх получивших широкий общественный резонанс российских медиасобытий политического характера, используя методы содержательного, сюжетно-композиционного, лексико-стилистического и сравнительно-сопоставительного анализа радиопередач, было выявлено использование определённых (даже одинаковых) манипулятивных приёмов как на российских, так и на германских радиостанциях. Лидером по регулярности использования манипулятивных приёмов стала государственная радиостанция «Вести FM» (Россия) и «Deutschlandradio» (Германия), тогда как корреспонденты других исследованных нами радиостанций информацию об интересующих нас событиях в эфире представляли, как правило, кратко, сдержанно и только в новостном формате. Практика регулярного применения манипулятивных приёмов не позволяет говорить об объективной подаче выбранных политических медиасобытий корреспондентами некоторых российских и германских радиостанций. Думается, что сложившаяся ситуация могла способствовать созданию недостоверной картины мира у аудитории данных радиостанций. Сделан вывод, что минимизировать такие случаи можно только продолжением деятельности по формированию и развитию критического мышления человека.

**Ключевые слова:** радио, радиоэфир, повестка дня, политические события, аудитория, манипулирование, общественное мнение, лексика, язык, стиль, Россия, Германия

**Для цитирования:** Баканов Р.П., Нурутдинова К.А. Приёмы манипулирования общественным мнением при освещении политических событий радиостанциями России и Германии // Неофилология. 2023. Т. 9. № 4. С. 914-930. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-914-930>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная





## Methods of manipulating public opinion when covering political events by Russian and German's radio stations

Roman P. BAKANOV , Kamilla A. NURUTDINOVA 

Kazan (Volga Region) Federal University

18 Kremlevskaya St., Kazan, 420008, Republic of Tatarstan, Russian Federation

[rbakanov@yandex.ru](mailto:rbakanov@yandex.ru)

**Abstract.** The research is devoted to the identification and study of methods of manipulating public opinion when covering political events by radio stations in Russia and Germany. Obtaining accurate and verified information about the events of reality is the constitutional right of every person, and the formation of an objective picture of the world and the explanation of the phenomena occurring is the most important function of the editorial office of each media. However, at present, the priority of the media is the formation (often imposition) of a certain public opinion that can distort the real situation both in the local and international context. 842 broadcasts of radio stations of different forms of ownership of Russia and Germany (three from each country) for the period from 17.01.2021 to 01.11.2022 were studied. On the example of four widely publicized Russian media events of a political nature, using the methods of content, plot-composition, lexico-stylistic and comparative analysis of radio broadcasts revealed the use of certain (even identical) manipulative techniques on both Russian and German radio stations. The leader in the regularity of the use of manipulative techniques was the state radio station "Vesti FM" (Russia) and "Deutschlandradio" (Germany), while correspondents of other radio stations studied by us presented information about events of interest to us on the air, as a rule, briefly, discreetly and only in a news format. The practice of regular use of manipulative techniques does not allow us to speak about the objective presentation of selected political media events by correspondents of some Russian and German radio stations. It seems that the current situation could contribute to the creation of an incomplete picture of the world among the audience of these radio stations. A conclusion has been reached that it is possible to minimize such cases only by continuing the activity of forming and developing a person's critical thinking.

**Keywords:** radio, radio broadcast, agenda, political events, audience, manipulation, public opinion, vocabulary, language, style, Russia, Germany

**For citation:** Bakanov, R.P., & Nurutdinova, K.A. Methods of manipulating public opinion when covering political events by Russian and German's radio stations. *Neofilologiya = Neophilology*, 2023;9(4):914-930. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-914-930>



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



### ВВЕДЕНИЕ

Современный человек живёт в условиях постоянного воздействия, оказываемого на него со стороны как других индивидов, так и окружающей среды. Согласно И.М. Дзялошинскому, манипулирование часто осуществляется в трёх сферах (идеологической (пропаганда), экономической (реклама), социаль-

ной (воспитание, образование и т. д.)) в рамках межличностной, групповой и массовой коммуникации [1]. Особую важность в последние десятилетия приобрела манипуляция массовым сознанием и поведением со стороны массмедиа, которые не только оказывают определённое воздействие на аудиторию, но и способны формировать стандарты поведения человека.

Манипулятивным потенциалом обладает повестка дня любого вида СМИ. Но если внимание исследователей и экспертов в области медиа в основном обращено на изучение приёмов манипулирования федеральных и отчасти региональных телеканалов (см., например, И.В. Деева, М.С. Фёдорова [2], В.Ф. Олешко, И.И. Шурко [3], А.Н. Петренко [4] и т. д.), то подобных исследований, объектом изучения которых стали бы эфиры радиостанций, в последние годы было очень мало (эпизодически тема проявлялась в статьях Д.С. Малюковой [5], Е.В. Рубцовой, Н.В. Девдариани [6] и О.Д. Цыбуляк [7]). И пусть радио у российской аудитории значительно уступает по популярности телевидению, с помощью силы «живого слова» радиовещание пока остаётся одним из средств информационного воздействия на индивида или общество. С каждым годом радиовещание трансформируется, стремясь применить для удобства аудитории различные технологические новшества. В эфире разговорных радиостанций все чаще обсуждаются события, о которых по разным причинам не идёт речь или упоминается эпизодически на телевидении.

Цель исследования: выявление и изучение приёмов манипулирования общественным мнением при освещении политических событий радиостанциями России и Германии.

В мировой научной практике концепция политической повестки дня в СМИ начала становление во второй половине 1960-х гг. Тогда авторы совершали попытки выявления механизмов её формирования, а также степени осведомлённости общества о существующих социальных проблемах. Можно предположить, что чем больше реакции СМИ уделяют внимания конкретным темам или проблемам, тем более значимыми они начинают ощущаться потребителями информации. При этом, на наш взгляд, очень важно представить аудитории не только актуальные, но и объективные, точные данные без искажения их смысла. Не последнюю роль играет и то, в какой форме медийный автор преподнесёт информацию реципиенту. Именно её подача может оказать воздействие на то, как распространяемые сведения будут восприняты ау-

диторией. Общеизвестно, что в зависимости от принадлежности к учредителю, а также от взглядов руководства и административного состава редакции на те или иные вопросы, события или явления, в угоду определённым амбициям, там могут быть представлены с использованием манипулятивных приёмов в пользу конкретной позиции или точки зрения. Данная практика может постепенно сформировать у индивида и общества искажённую информационную картину реального мира и привести к смещению акцентов в восприятии репрезентируемых данных, в том числе и идеолого-политической направленности.

Динамика развития политических, экономических, социальных, культурных структур в современном мире постепенно приводят к трансформации медийных структур и медиaprостранства. Они проявляются в разных аспектах деятельности СМИ, в том числе и в формировании медиасобытий.

Разговорные радиостанции России и Германии не обходятся без политической повестки дня, которая на сегодняшний день является приоритетной в современной журналистике. Политическая повестка дня – совокупность наиболее значимых политических вопросов, выстроенных в порядке приоритетности, требующих вынесения на публичное обсуждение. Если политическое событие попадает в СМИ, то может быть преподнесено аудитории как главное за определённый период времени. Также работают и радиостанции, коллективы редакций которых отбирают для эфира новости и формируют повестку (медиакартину) дня. Оказавшаяся в СМИ информация автоматически становится общественной и может носить достоверный или фейковый характер.

## ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

Повестка дня СМИ формирует медиасобытия. Медиасобытием можно назвать широко освещаемую в СМИ информацию любой направленности. Оно представляет собой вербально отражённые в тексте фрагменты действительности, локализованных во времени и пространстве. Мы считаем, что важными характеристиками медиасобытия яв-

ляются его значимость, актуальность и полезность для аудитории.

В современной научной литературе много внимания уделяется как изучению вопросов, связанных с практикой формирования медийной повестки дня (M.R. Zheltukhina, N.I. Klushina, E.B. Ponomarenko, N.N. Vasilkova, A.I. Dzyubenko [8], A. Kazun, A. Kazun [9], V. Tolz, S. Hutchings, P.N. Chatterje-Doody, R. Crilley [10] и т. д.), так и приёмам манипулирования общественным мнением и человеческим сознанием (A. Levitskaya, A. Fedorov [11], O. Kultysheva [12], A.A. Tymbay [13], O.Yu. Gukosyants [14] и многие другие отечественные и зарубежные исследователи). В частности, российский журналист А. Ковалёв утверждает, что «основной заинтересованной в наличии манипулятивных практик стороной в российских СМИ являются представители власти» (перевод с английского языка наш. – *Авт.*) [15, р. 2909]. По его словам, «жесткие условия современного медиарынка делают практически невозможным для любой редакции не отказаться от каких-либо аспектов качественной журналистики, чтобы увеличить свою аудиторию. <...> Даже владельцы частных СМИ часто глубоко обязаны государству и так же подвержены давлению со стороны государственных агентов и цензуре, как и СМИ, непосредственно принадлежащие правительству» (перевод с английского языка наш. – *Авт.*) [15, р. 2906].

И.М. Дзялошинский делит технологии коммуникации на три вида: белые, серые и чёрные. К белым он относит информирование, диалог и убеждение, к серым – подражание, заражение (провоцирование) и внушение, а к чёрным – психологическое принуждение, информационное насилие и манипулирование. По мнению исследователя, общественный интерес к манипуляционным технологиям и приёмам вызван тем, что она широко используется в современной рекламе, деятельности по связям с общественностью и журналистике [16, с. 3-38]. Под манипулированием И.М. Дзялошинский понимает «систему способов идеологического и социально-психологического воздействия с це-

лью изменения мышления и поведения людей вопреки их интересам» [16, с. 14].

Представитель франкфуртской школы Г. Маркузе в книге «Одномерный человек» писал о внушающей роли «шума». Он задался вопросом: «Можно ли провести черту между СМИ как инструментом информации и развлечения и как агентами манипулирования, воздействия на массовое сознание человека» [17, с. 12]. По мнению исследователя, «СМИ выступают в качестве языка тотального администрирования государства, порождающего «одномерное сознание» и ориентирующего на поддержание существующего порядка в обществе» [17, с. 123].

М.Р. Битянова пишет, что «манипуляция – это распространённая форма межличностного общения, предполагающая воздействие на партнёра по общению, с целью достижения своих скрытых намерений; при манипулятивном общении ставится также цель добиться контроля над поведением и мыслями другого человека; партнёр не информируется об истинных целях общения; они либо просто скрываются от него, либо подменяются другими» [18, с. 187].

Исследователь закономерностей информационного воздействия на социум П.С. Таранов даёт такую трактовку термину «манипуляция»: «исполненная коварства, но всегда внешне пристойная и чистая, изощрённая по способу осуществления, обычно театрализованная, но обставленная акция одного человека или группы лиц в намерении нарушить или разрушить чужие интересы, чтобы привести к торжеству и победе интересы собственные» [19, с. 417]. Однако данное определение вряд ли можно считать научным, скорее образным, тем не менее, оно отражает одно из современных восприятий вышеуказанного термина как некоего вида мошенничества, махинаций, преисполненных определённым умыслом действий. При этом авторы статьи понимают, что использовать практики манипулирования можно и с положительными задачами.

Много внимания изучению стратегий, тактик и приёмов манипулирования общественным мнением и поведением аудитории в СМИ и других видах медиа в своих научных трудах

уделяют С.Г. Кара-Мурза [20; 21], Г.В. Вирен [22], Б.Н. Лозовский [23], Е.В. Горина [24].

Всё чаще в последние годы объектом отечественных и зарубежных исследований становится пропаганда как один из инструментов воздействия на аудиторию. В этой связи, например, вызывает интерес изданная в СПбГУ коллективная монография «Пропагандистский дискурс в условиях цифровизации», в которой «на основе обширной эмпирической базы анализируется как конструктивный, так и деструктивный потенциал пропаганды и контрпропаганды, оцениваются наиболее опасные (латентные) формы современной радикальной идеологии, внедряемой в массы; предлагаются современные способы идентификации пропагандистского контента на базе тематической модели корпуса текстов СМИ, социопсихологические маркеры пропагандистских сетевых текстов экстремистской направленности, даются характеристики онлайн-технологий пропагандистского воздействия» [25, с. 2] и т. д. По мнению В.Ф. Олешко, «именно пропагандистские интенции тех или иных субъектов как бы «помогают» человеку или в целом представителям того или иного социума в условиях все нарастающего развития процессов не только глобализации, но и личностной информационной мобильности не остаться один на один с решением жизненно важных задач» [26, с. 140]. Учёный полагает, что «именно сегодня важно, с одной стороны, рассмотреть историографию работ о пропагандистском воздействии на индивидов в различные периоды развития СМИ и массмедиа, а с другой – нужно искать эффективные теоретико-методологические основания для анализа того, что происходит сегодня, в цифровую эпоху» [26, с. 140].

Анализ научной литературы позволяет нам выделить главные, родовые признаки манипуляции в СМИ. Во-первых, процесс манипуляции асимметричен: есть сторона воздействующая и существует сторона, на которую воздействуют (субъект и объект). Причём те, кто осуществляет воздействие, к людям, сознанием которых манипулируют, могут относиться не как к личностям, а как к объектам, особого рода вещам.

Во-вторых, это вид духовного, психологического воздействия, а не физическое насилие или его угроза. Мишенью действий манипулятора являются психические структуры человеческой личности.

В-третьих, манипуляция – скрытое воздействие, факт которого не должен быть замечен её объектом.

В-четвёртых, это воздействие, требующее определённых навыков, умений и знаний. Если речь идёт об общественном сознании, о политике хотя бы местного масштаба, то, как правило, к разработке стратегии привлекаются специалисты или хотя бы теоретические знания литературы или инструкций. Поскольку манипулирование общественным сознанием стало технологией, появились люди, владеющие этой технологией (или её частями), готовые за вознаграждение оказать данного рода услуги. Возникла даже система подготовки кадров, написана научная и научно-популярная литература, технологии манипулирования изучают в вузах.

В-пятых, любая манипуляция сознанием – продукт информационного взаимодействия. Манипулятор, посылая аудитории сообщения в виде текстов, определённых знаков или поступков, даёт ей такие установки, чтобы она, встроив их в определённый контекст, изменила своё представление о нём в нужную манипулятору сторону.

Для выявления манипулятивных приёмов мы обратились к классификации С.А. Зелинского [27, с. 105-111]. Он выявил, что через СМИ можно манипулировать аудиторией с помощью принципа первоочерёдности, ложных свидетельств, «надуманного» образа врага, смещения акцентов, переориентации внимания, показной проблематики, вброса информации, эффекта правдоподобия и эмоциональной заряженности журналистских публикаций и других приёмов.

## МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Нами были выбраны четыре получивших широкий общественный резонанс российских политических медиасобытия, произошедших в 2021–2022 гг. (ниже они будут представлены в хронологической последова-

тельности). Приёмы манипулирования общественным мнением выявлены на примерах освещения данных медиасобытий в эфире популярных радиостанций России и Германии. Радиосообщения на немецком языке были изучены в оригинале, так как один из авторов статьи в совершенстве владеет немецким языком.

Медиасобытие № 1: возвращение в страну, задержание и суд над, пожалуй, самым известным российским оппозиционером. Вечером 17 января 2021 г. он был задержан при прохождении паспортного контроля после выхода из самолёта в аэропорту «Шереметьево». Основанием стали неоднократные нарушения испытательного срока по уголовному делу о мошенничестве в отношении компании «Ив Роше». 2021 г. был отмечен серией протестных акций, связанных с арестом оппозиционера и политика. 22 марта 2022 г. Лефортовский районный суд Москвы приговорил его к девяти годам лишения свободы в колонии строгого режима по части 4 статьи 159 УК РФ («Мошенничество в особо крупном размере»), а также по пунктам 1 и 2 статьи 297 УК РФ («Неуважение к суду»).

Медиасобытие № 2: выборы депутатов Государственной Думы РФ VIII созыва 17–19 сентября 2021 г. и прошедшие сразу после оглашения их результатов из-за предполагаемых широкомасштабных фальсификаций публичные акции протеста. Ситуацию обострило то, что ряд оппозиционных политиков не был допущен до голосования, поэтому выборы получили ограниченное международное признание. Вскоре после проведения митингов десятки протестующих были привлечены к административной ответственности или подверглись аресту.

Медиасобытие № 3: обострение отношений с Украиной в 2021 г. и начало специальной военной операции (СВО) 24 февраля 2022 г.

Медиасобытие № 4: объявление Президентом РФ В.В. Путиным 21 сентября 2022 г. частичной мобилизации в России. В СМИ сообщалось, что на военную службу планировалось призвать триста тысяч резервистов.

Источником нашего исследования являются эфиры трёх российских и такого же ко-

личества германских радиостанций разной направленности: государственная общественно-политическая «Вести FM», негосударственные деловые «Коммерсантъ FM» и «Бизнес FM», государственная общественно-политическая «Norddeutscher Rundfunk» (NDR), некоммерческая общественная «Deutschlandradio» и негосударственная деловая «Bayern 2».

*Хронологический период* исследования ограничен 17 января 2021 г. (день начала осуществления медиасобытия № 1) по 1 ноября 2022 г. (окончание активной деятельности редакций изученных нами СМИ при освещении медиасобытий).

*Эмпирическая база* исследования поделена на две группы. Первую из них составили эфиры российских радиостанций (всего 436), а вторую – германских (406). За период исследования нами было изучено 842 радиосообщения. Из них: 326 эфиров на «Вести FM», 54 на «Коммерсантъ FM», 56 на «Бизнес FM», 198 на «Deutschlandradio», 112 на «Bayern 2» и 96 на «Norddeutscher Rundfunk (NDR)».

При выполнении исследования мы использовали следующие *методы*:

- *содержательный анализ* радиосообщений и радиопередач, который позволил выявить подачу информационных материалов политической направленности на радиостанциях России и Германии;

- *сюжетно-композиционный анализ* исследуемых материалов помог понять их структуру, что позволило глубже изучить исследуемую тему;

- *лексико-стилистический анализ* медийных текстов для выявления в материалах возможных приёмов манипулирования общественным мнением со стороны редакции СМИ;

- *сравнительно-сопоставительный анализ* сообщений выбранных СМИ. Данный метод позволил авторам установить сходства и различия политической повестки дня России и Германии.

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Творческие коллективы как российских, так и германских радиостанций уделили су-



щественное внимание освещению медиасобытий № 3 и № 4: о начале СВО рассказали и попытались осмыслить произошедшее в 177 эфирах в РФ и 174 радиовыпусках в Германии, объявлению частичной мобилизации в РФ было посвящено 159 сообщений и передач в нашей стране и 169 радиовыпусках в Германии. Это 80,2 % всего количества изученных нами радиоэфиров. Столь высокая регулярность подачи информации об этих событиях объяснима: они связаны с жизнями, судьбами и нарушением социальных связей многих людей, могут привести к серьёзным последствиям. На данном информационном фоне два других (мирных) повода (медиасобытия № 1 и № 2) напрямую и оперативно затронуть такое значительное количество человек вряд ли были способны, поэтому получили 19,8 % эфирного времени.

В эфир радиостанции «Вести FM» передачи, посвящённые началу и проведению СВО, выходили несколько раз в день. Их количество заметно увеличилось после объявления спецоперации. Авторами передач приёмы манипулирования применялись, на наш взгляд, для того, чтобы создать нужный власти информационный фон в обществе и успокоить его. К примеру, 1 ноября 2022 г. в эфире прозвучал доклад командующего армией генерала С. Суровикина министру обороны РФ С. Шойгу о ситуации на фронтах СВО, во время которого говорилось и о том, что предпринимается всё возможное для сохранения жизни мирного населения и личного состава войск. Также он ответил на вопросы министра о том, есть ли проблемы со снабжением войск. Каждый рабочий день в сентябре и октябре 2022 г. в эфир данной радиостанции выходила передача «Соловьёв LIVE», в каждой из которых нами также выявлены приёмы манипулирования аудитории. В частности, в одной из передач автор заявил о том, что война ведётся *«по христианским принципам»* (Соловьёв LIVE. Армагеддонч. Эфир 03.10.2022, <https://rutube.ru/video/fc75d1d71cf3594e49f03f68ab0bbafc/>). Мы полагаем, что данная фраза была произнесена для усиления чувства доверия слушателей к деятельности российской власти.

В эфире радиостанций «Коммерсантъ FM» и «Бизнес FM» приёмов манипулирования общественным мнением в рамках данного медиасобытия нами не выявлено – сотрудники редакций, видимо, чтобы не рисковать и не попасть под законодательные ограничения делали лишь ежедневные краткие новостные сообщения нейтрального характера без приглашения экспертов.

На «Deutschlandradio» сообщения на данную тему в эфире были, как правило, не менее шести раз в неделю. Манипулирование осуществлялось с помощью приглашения в студию гостей, придерживающихся антироссийских взглядов. За анализируемый период в эфире не было ни одного комментария эксперта в поддержку действий российской власти. Также в эфирах использовалось большое количество оценочных суждений, вот некоторые из них: *«Путин страдает от потери реальности»*, *«Это приведёт к экономической катастрофе в России, а также, что военная победа будет невозможна. На самом деле это правда, военной победы не было, и в России произошла экономическая катастрофа»*, *«Теперь он видит, что не может выиграть эту войну»* и т. д. (Архив «Deutschlandradio». Эфиры 25.09.2022, 12.10.2022, 24.10.2022, <https://www.deutschlandfunk.de/wolkow-russischer-oppositioneller-100.html>). Таким образом, мы полагаем, что корреспонденты и обозреватели данной радиостанции настраивали аудиторию на определённое восприятие данного события: она должна была отрицательно оценивать деятельность российской власти.

В эфире радиостанций «Bayern 2» и «Norddeutscher Rundfunk (NDR)» за анализируемый период приёмов манипулирования общественным мнением в рамках данного медиасобытия не выявлено. Здесь ограничились эпизодическими краткими информационными сообщениями без обсуждений и оценок.

С началом объявленной Президентом РФ частичной мобилизации, в первый её день, в эфире радиостанции «Вести FM» оперативно появилась новая передача «Человек Z». Она выходила еженедельно по средам с 15 до 16 часов. Суть её заключается в том, чтобы приглашать к разговору активно поддерживаю-

ших специальную военную операцию и её участников (так называемых героев нашего времени) и с их помощью положительно оценивать действия власти любого уровня. Оппозиционных взглядов в эфире не было. *«Гости занимают активную гражданскую позицию и подают пример многим другим, не имеющим твёрдой позиции. Эти люди вытаскивают значительную часть информационной повестки дня и поддержки наших военнослужащих»*, – сказал ведущий передачи С. Михеев в начале первого выпуска (Человек Z. «Наше общество нуждается в новых героях». Эфир 21.09.2022, <https://smotrim.ru/audio/2654793>). Преамбулы радиосообщений также были лексически схожи. Сравним: *«Украина намеренно терроризирует мирных жителей»*, *«Я прочитала, что в Первомайске голод, и не смогла пройти мимо»*, *«Идёт борьба на уничтожение православия и христианства, и Россия – последний оплот»* (Там же). Можно предположить, что руководством радиостанции (возможно, даже медиахолдинга ВГТРК, куда входят «Вести FM») было принято решение таким образом, объясняя действия власти, успокоить население страны и переключить внимание слушателей на положительные стороны от объявления в стране частичной мобилизации.

Помимо этого, тема частичной мобилизации активно обсуждалась в эфирах передач «Соловьёв LIVE», «Полный контакт», «Железная логика», «Формула смысла» и «Авторские материалы» этой же радиостанции. Как выяснилось, не во всех из них сохранялись патриотический тон и соответствующие настроения. К примеру, в одном из выпусков передачи «Полный контакт» темой были заявлены «права и фейки», связанные с началом частичной мобилизации. Здесь также действия власти подавались как единственно верные. Иные точки зрения ведущим передачи В. Соловьёвым не рассматривались. В случаях отсутствия позиции Кремля по определённым вопросам он уходил от предположений и ответа, быстро переходя к другим темам. Каждый из его собеседников придерживался исключительно одной, провластной, позиции, о том, что *«уход на фронт является священным долгом мужчины»* (Полный кон-

такт. Мобилизация: правда и фейки. Референдумы: возвращение на родину. Эфир 22.09.2022, <https://smotrim.ru/video/2482368>).

В выпуске передачи «Железная логика» от 22 сентября 2022 г. ведущими также сразу было обозначено, что *«частичная мобилизация – это вынужденная мера»* (Железная логика. Частичная мобилизация – мера вынужденная. Эфир 22.09.2022, <https://smotrim.ru/audio/2654935>).

Помимо этого, в эфире были и так называемые нейтральные (то есть без ярко выраженной официальной позиции) выпуски, авторы которых старались подробно и просто объяснить слушателям спорные моменты, связанные с проведением частичной мобилизации, осветить некоторые социальные стороны. Так, в день её объявления (21 сентября 2022 г.) в эфир вышла передача «Авторские материалы», комментатор которой, С. Гололобов, опираясь на соответствующий Указ Президента РФ, разъяснял аудитории, кто подлежит призыву, а кого это не коснётся и почему (Авторские материалы. Эфир 21.09.2022, [https://vk.com/pls\\_vestifm/pls02062021](https://vk.com/pls_vestifm/pls02062021)). Мы считаем, что через детальное объяснение ситуации и внедрение в сознание слушателей мысли о том, что «так и надо», С. Гололобов содействовал усилению позиции государства как единственно правильной в данной ситуации и формированию соответствующего информационного настроения среди целевой аудитории радиостанции.

В эфире радиостанций «Коммерсантъ FM» и «Бизнес FM» тема частичной мобилизации также была в центре внимания (особенно в её первые дни), но исключительно в кратком новостном формате без оценок и комментариев, поэтому использований манипулятивных приёмов нами выявлено не было.

На «Deutschlandradio» объявлению частичной мобилизации в РФ уделили много внимания: сообщения и обсуждения в эфир выходили в первые её дни ежедневно, в октябре 2022 г. – 4–5 раз в неделю. Лексика и интонация журналистов и приглашённых экспертов были сдержанными без преобладания какой-либо оценки с попыткой объективно посмотреть на ситуацию. Приёмов ма-

нипулирования общественным мнением нами также не выявлено.

На радиостанции «Bayern 2» сообщения о частичной мобилизации в первые дни после её начала были в эфире ежедневно по два или более, с 30 сентября 2022 г. не чаще 3–4 раз в неделю. Преамбулы к ним содержали оценочную лексику, способную вызвать интригу в сознании слушателей, и носили ярко выраженный антироссийский характер. Вот некоторые примеры: *«Проблемы с частичной мобилизацией: Кремль признаёт «ошибки», «Предупреждающие кадры на демонстрациях против мобилизации в России», «Путин боится своего конца»: будет ли это опасно для Кремля?», «За что они умирают?»: вот насколько противоречива мобилизация Путина»* (Архив «Bayern 2». Эфиры с 21.09.2022 по 01.11.2022, <https://www.br.de/nachrichten/deutschland-welt/kreml-kritiker-nawalny-tritt-in-hungerstreik,STFWgJs>). Манипулирование сознанием аудитории заключалось в том, чтобы с помощью оценочной лексики и нагнетания интриги оперативно добиться антироссийских настроений в обществе, в дальнейшем, возможно, регулярно поддерживая и усиливая их.

Использование манипулятивных приёмов при освещении медиасобытия № 1 выявлено нами в многочисленных радиовыпусках «Вестей FM». В пример можно привести цитату ведущего передачи «Полный контакт» В. Соловьёва: *«Я считаю, что “Amnesty International” должно тут же признать этого оппозиционера «узником курицы». «Таких страшных пыток человечество не видело». Вы специально это делаете? Над ним смеяться начинают. Когда вы на полном серьёзе говорите, что страшная болезнь, а оказывается фарингит, а не туберкулёз, всё отнимается, а он ходит. «Он голодает, его мучает запах жареной курицы». Вы вообще понимаете – в колонии запах жареной курицы. Вы понимаете, что арестанты, сидельцы рядом с ним, будут его ненавидеть. Если они ели жареную курицу, а их теперь этого лишают, да вы о них подумайте, они хотя бы поесть могли бы человечески. Давайте вместо шоу Трумена сделаем шоу этого оппозиционера. То он*

*включал дурака: «Не смейте передавать мои материалы российским следователям». А теперь кричит: «Срочно заберите у меня всё для российского следствия». Хватит над пацаном издеваться, его команда. Или вы это специально превращаете всё в какую-то дешёвую драму. «Узник жареной курицы» и «три волшебные конфеты». Чего вы творите? Дайте пацану хоть три секунды себя мужиком почувствовать, а не разнеженной блохой... Нельзя так, смените пиарщика, возьмите других, вам пришлют из вашингтонского обкома»* (Полный контакт. Вся истерика вокруг оппозиционера – дешёвая драма. Эфир 08.04.2021, <https://smotrim.ru/audio/2557122>). Обратим внимание на разговорный стиль и оценочную лексику цитаты. Они, на наш взгляд, используются для того, чтобы говорить, так сказать, на одном языке с целевой аудиторией данной радиостанции. Не забудем и об интонации (она тоже может оказать определённое воздействие на аудиторию), при помощи которой информация преподносилась в эфире.

Второй пример: гость одного из выпусков вышеуказанной передачи, заместитель директора Центра исторической экспертизы и государственного прогнозирования при РУДН Б.Г. Якеменко, сказал, что *«оппозиция в России исчезнет в тот момент, когда будет отключён Интернет и исчезнут СМИ. Да перестаньте вы их замечать, они аннулируются сами по себе. Их нет. Существует этот Голем, созданный в СМИ. Кто помнит сейчас этого человека на букву Н? Чуть-чуть поддержать их без Интернета и без СМИ – и от них ничего не останется, потому что их нет, есть пузырь информационный»* (Полный контакт. Оппозиции как таковой нет, есть информационный пузырь. Эфир 02.06.2021, <https://smotrim.ru/video/2304603>). Высказывание нашло поддержку у других участников дискуссии, при этом авторы передачи не предоставили слушателям возможность выслушать противоположную точку зрения, которую мог дать любой представитель оппозиции.

В эфирах радиостанции «Коммерсантъ FM» освещение всего того, что происходило вокруг задержания и последующего ареста

российского оппозиционера, осуществлялось только в новостной форме (всего было 12 сообщений), поэтому манипулятивных приёмов нами не выявлено. Аудитория получала чёткие ответы на вопросы «Что? Где? Когда?» без оценочных суждений.

В эфир «Deutschlandradio» за период исследования вышло 36 сообщений и передач, связанных с вышеуказанной персоной. Авторы передач почти всегда поддерживали его, смещая акцент в политическую плоскость, жёстко критикуя действия российской власти. Нельзя сказать, что данная тема подавалась односторонне, аудитория могла услышать точку зрения представителей российской власти, но выделяемое на это эфирное время было кратким: не более 35–40 секунд в пятиминутном обсуждении или не более 30 секунд при подаче новости на 2–3 минуты. Мы считаем, что можно говорить лишь о формальной объективности корреспондентов радиостанции при освещении темы, которую они в 34 эфирах из 36 представляли аудитории как актуальную проблему нарушения прав человека в России. Под это находились комментаторы, эксперты, с негативных позиций оценивающие действия российской власти, «забывая» своими оценочными суждениями эфир. Таким образом, аудитория, как правило, получала не в чистом виде информацию о произошедшем, а её, отрицательную для российской власти, интерпретацию, при помощи которой корреспонденты и гости студии как бы подсказывали аудитории, каким образом ей следует об этом думать.

Радиостанцией «Bayern 2» история вокруг данного медиасобытия освещалась эпизодически и только в жанре заметки. При этом журналисты ссылались не на официальные СМИ и рассказывали не последние новости об оппозиционере, а цитировали написанные им в соцсетях посты. За анализируемый период нами выявлено 14 таких эфиров. Несмотря на то, что информация преподносилась слушателям в виде новостей, корреспонденты пытались манипулировать сознанием аудитории при помощи интригующих преамбул к сообщениям. Среди них: «Оппозиционному политику нужна медицинская помощь», «Известный российский оппозиционер: «Они будили меня восемь раз за ночь», «Путин думал, что убивает оппозицию», «Члены Бундестага требуют освобождения оппозиционного российского политика», «Оппозиция обвиняет Путина в отравлении своего лидера» (Архив «Bayern 2». Эфиры с 01.01.2021 по 01.11.2022, <https://www.br.de/nachrichten/deutschland-welt/kreml-kritiker-nawalny-tritt-in-hungerstreik,STFWgJs>). Мы считаем, что с их помощью редакция стремилась настроить аудиторию, чтобы она понимала, какую позицию (отрицательную по отношению к российской власти) занять. В отличие от «Deutschlandradio», слушателям не предлагалось альтернативного взгляда на ситуацию.

На радиостанции «Norddeutscher Rundfunk (NDR)» освещали происходящее только нейтрально, эпизодически и в жанре заметки. Всего в эфир вышло 27 новостных сообщений о задержании в России оппозиционного политика.

На радиостанции «Norddeutscher Rundfunk (NDR)» освещали происходящее только нейтрально, эпизодически и в жанре заметки. Всего в эфир вышло 27 новостных сообщений о задержании в России оппозиционного политика.

Коллектив разговорной радиостанции «Вести FM» при освещении медиасобытия № 2 старался акцентировать внимание аудитории не только на пересказе многочисленных текущих событий, но и на их сопоставлении и анализе происходящего. Приёмы манипулирования общественным мнением, на наш взгляд, проявлялись здесь несколькими способами. Во-первых, используемая журналистами «острая» оценочная лексика. Во-вторых, выбор приглашённых гостей. Интервью журналисты предпочитали брать только у официальных лиц и у людей, чьи взгляды соответствуют взглядам представителей власти. Таким образом, аудитория могла не всегда понять полную картину происходящего, ведь задача журналистики состоит в том, чтобы представить аудитории ситуацию со всех сторон и дать ей оценку. К примеру, в одном из выпусков передачи «Полный контакт» собеседницей ведущего В. Соловьёва стала официальный представитель МИД РФ М.В. Захарова, которая отвечала на вопросы более сорока минут. В ходе разговора автор и гость подвергли сомнению и жёсткой критике оценку выборов в России международными наблюдателями. Часто для этого использовались ирония, сарказм и риториче-



ские вопросы, например, «что ещё нужно сделать для того, чтобы они признали электоральный процесс?» (Полный контакт. Итоги «умного голосования» и трагедия в Перми. Эфир 21.09.2021, <https://smotrim.ru/video/2339650>). Если ещё учесть выразительную интонацию и речевые паузы, с помощью которых В. Соловьёв озвучивал все свои тезисы, то можно считать, что им регулярно использовались такие приёмы манипулирования, как выгодный для себя выбор темы разговора, «навешивание ярлыков», «подмена понятий», «пугающие обобщения», с той целью, чтобы сформировать лояльное к деятельности российской власти общественное мнение.

В эфире радиостанции «Коммерсантъ FM» (к теме обращались 26 раз) журналистами использовались различные оценочные суждения и резкие высказывания в адрес оппозиционных российской власти политиков стран Европы и США. К примеру, обозреватель «Коммерсантъ FM» М. Гуревич в программе «Точка зрения» сказал следующее: «Пентагон, западные спецслужбы, украинские хакеры и внутренние экстремисты пытались всеми возможными способами помешать нашему волеизъявлению» (Точка зрения. Михаил Гуревич: «От отношений власти и Интернета зависит очень многое». Эфир 20.09.2021, <https://www.kommersant.ru/doc/4995887>).

В эфире радиостанции «Бизнес FM» тема выборов освещалась 27 раз. Однако здесь мы не выявили манипулятивных приёмов, так как медиасобытие было представлено только в новостном формате без комментариев проистекающего.

Зато о нём говорили на «Deutschlandradio». Всего за время выборов вышло 24 эфира, в восьми радиосообщениях были выявлены такие приёмы манипулирования, как: оценочная лексика, утверждения без их доказательств, комментарии в поддержку оппозиции без обращения внимания на позицию представителей российской власти. Часто предлагаемая информация носила оппозиционный российской власти характер. К примеру, журналист Р. Удо в разговоре с Т. Грисс утверждал, что «в выборах отмечались

многочисленные нарушения права голоса: нарушение принципа свободного выбора, стопки избирательных бюллетеней находятся в урнах для голосования, люди появлялись на нескольких избирательных участках, а также голосовали несколько раз» (Архив «Deutschlandradio». Эфир 20.09.2021, <https://www.deutschlandfunk.de/verhaeltnis-zu-russland-nicht-die-sanktionsschraube-weiter-100.html>). Остальные 16 кратких аудиосообщений содержали информацию по существу без её интерпретации.

От обозревателей и приглашённых экспертов в эфире часто звучали предположения и тезисы без их прямых доказательств. Данный приём манипулирования применил, например, обозреватель К. Флориан, который сообщил, что «никаких сюрпризов от результатов выборов в России ожидать не следует» (Архив «Deutschlandradio». Эфир 20.09.2021, <https://www.deutschlandfunk.de/verhaeltnis-zu-russland-nicht-die-sanktionsschraube-weiter-100.html>). Тем самым, на наш взгляд, он поставил под сомнение честность выборов, намекая на их ангажированность. Ещё один ведущий вечернего эфира, Ф. Роттер, сказал, что «умное голосование является тактикой властей страны для подтасовки результатов» (Архив «Deutschlandradio». Эфир 17.09.2021, <https://www.deutschlandfunk.de/verhaeltnis-zu-russland-nicht-die-sanktionsschraube-weiter-100.html>).

За всё время проведения выборов в Госдуму РФ журналисты радиостанции «Bayern 2» посвятили этой теме всего два эфира. В обоих нами выявлен манипулятивный приём «предположение в качестве факта», с помощью которого в сознание аудитории внедрялась установка: российская власть сделает всё, чтобы привести к победе и максимальному представительству в парламенте нужных ей кандидатов. Так, корреспонденты в дневном студийном разговоре оставили без доказательств сказанные ими слова о том, что «итоги выборов заранее известны. Через неделю Россия изберёт новый парламент. Результат должен принести мало сюрпризов. Многообещающие члены оппозиции были исключены, а за избирателями ухаживали подарками и обещаниями». (Архив радио-



станции «Bayern 2». Эфир 10.09.2021, <https://www.br.de/nachrichten/deutschland-welt/kreml-kritiker-nawalny-tritt-in-hungerstreik,STFWgJs>).

На радиостанции «Norddeutscher Rundfunk (NDR)» тема выборов в России освещалась эпизодически (одиннадцать сообщений), не каждый день и исключительно в краткой новостной форме. За анализируемый период манипулятивных приёмов на эту тему в эфире выявлено не было.

Обобщая вышесказанное, количественное соотношение выявленных манипулятивных приёмов в эфире российских и герман-

ских радиостанций представим в табл. 1–2 (в одном эфире могло быть несколько приёмов).

Исследование показало, что в эфире каждой изученной радиостанции при освещении интересовавших нас событий не обходились без приёмов манипулирования общественным мнением. Их схожесть и бедность творческого «арсенала» позволяет сделать вывод о том, что усилия авторов были направлены главным образом на формирование выгодного для учредителей их СМИ информационного фона и «встроить» в него сознание целевой аудитории. Почти двукратное

Таблица 1

Количество использований манипулятивных приёмов в эфире российских радиостанций при освещении медиасобытий № 1–4

Table 1

Number of uses of manipulative techniques on air on Russian radio stations when covering media events No. 1–4

Радиостанция / Приём манипулирования	«Вести FM»	«Бизнес FM»	«Коммерсантъ FM»	Всего
Оценочная лексика	382	19	58	457
Отсутствие противоположной точки зрения	207	0	19	226
Переориентация внимания аудитории (смещение акцентов) с одной темы на другую	144	16	52	212
Пугающее обобщение	127	11	31	269
<b>Всего на радиостанции</b>	<b>860</b>	<b>46</b>	<b>160</b>	<b>1164</b>

Таблица 2

Количество использований манипулятивных приёмов в эфире германских радиостанций при освещении медиасобытий № 1–4

Table 2

Number of uses of manipulative techniques on air on German radio stations when covering media events No. 1–4

Радиостанция / Приём манипулирования	«Deutschlandradio»	«Bayern 2»	«Norddeutscher Rundfunk (NDR)»	Всего
Оценочная лексика	162	48	39	249
Отсутствие противоположной точки зрения	156	61	18	235
Предположения вместо фактов и доказательств	142	16	22	180
<b>Всего на радиостанции</b>	<b>460</b>	<b>125</b>	<b>79</b>	<b>664</b>

численное преимущество в применении приёмов манипуляции российских радиостанций не может гарантировать достижения поставленных перед медийными авторами задач. Возможно, поэтому в эфире государственной радиостанции «Вести FM» и общественной «Deutschlandradio» акцент был сделан на регулярность и отсутствие разнообразия, то есть использование уже проверенных, оказывающих воздействие на аудиторию приёмов.

Чем противоречивее воспринималось определённое медиасобытие обществом, тем регулярнее в эфире изученных СМИ применялись приёмы манипуляции. Проведённый нами содержательный анализ позволил выявить неравномерное освещение интересующих нас медиасобытий. Так, наибольшее количество манипулятивных приёмов на радиостанциях России и Германии отмечено по поводу медиасобытия № 3 (624 и 366 случаев применения соответственно), наименьшее – по поводу медиасобытия № 1 (148 и 84 случая соответственно). Самыми активными в освещении и объяснении сути каждого медиасобытия оказались корреспонденты российской радиостанции «Вести FM», в Германии – авторы «Deutschlandradio». Только задачи у них были разными. Если в эфире «Вестей FM» даже в информационных выпусках стремились формировать положительное общественное мнение о деятельности первых лиц государства в частности и представителей власти в целом и отрицательно представить работу лидеров государств – идеологических противников РФ, то на «Бизнес FM» и «Коммерсантъ FM» материалов с оценкой деятельности органов российской власти и других государств было значительно меньше – преобладали краткие сообщения нейтрального (то есть без преобладания определённой оценки) характера. В эфире радиостанций Германии также было много медиатекстов без оценки, но преобладающими оказались аудиосообщения, направленные на формирование отрицательной оценки действиям российской власти. Самое большое количество материалов без преобладания какой-либо оценки зафиксировано нами в эфире деловой радиостанции «Bayern 2».

Выявлено также, что значительная часть манипулятивных практик в эфире всех изученных нами радиостанций осуществлялась с помощью интонации – важнейшего слагаемого профессионального мастерства радиоведущего. Ради соответствия ожиданиям целевой аудитории и установления с ней постоянной коммуникации корреспонденты и гости студии вместо публицистического регулярно использовали разговорный стиль речи с такими его характеристиками, как упрощённость, эмоциональность, лёгкость, непринуждённость, мнимая неподготовленность, спонтанность повествования. Каждая из них должна была способствовать формированию и дальнейшему укреплению чувства доверия радиийным авторам со стороны слушателей.

## ВЫВОДЫ

Во-первых, наличие манипулятивных приёмов говорит о нарушении со стороны сотрудников редакций каждой изученной радиостанции конституционного права каждого человека на получение точной и объективной социально значимой информации. На примере освещения вышеуказанных четырёх медиасобытий мы выяснили, что вслед за популярными у аудитории телеканалами ведущие информационные радиостанции России и Германии стали выполнять функцию субъекта осуществления большой политики: являться в большей степени средством идеологического информирования аудитории и формирования выгодного учредителю каждой радиостанции общественного мнения. В РФ слушателям постоянно давалась информационная установка, во-первых, о правильности действий органов федеральной власти, о том, что первые лица государства круглосуточно на рабочих местах и с каждым днём стремятся сделать жизнь россиян лучше. Во-вторых, формировалось резко отрицательное (вплоть до возбуждения чувства ненависти) общественное мнение к любым действиям оппозиции, корреспонденты и ведущие передач государственной радиостанции «Вести FM» стремились представить её в качестве всеобщего врага.

В эфире изученных нами радиостанций Германии формировалось противоположное общественное мнение, но с использованием меньшего, чем в российском радиоэфире, манипулятивного «арсенала».

Представление аудитории искажённых сведений о чем-либо постепенно приведёт к формированию у каждого человека далёкой от точности и объективности картины мира, неверному пониманию происходящих в нем процессов, эмоциональному, а не рациональному восприятию действительности, недостаточно развитому и ограниченному мировоззрению, что может не лучшим образом сказаться на

процессе дальнейшей социализации индивида как разносторонней и гармонично развитой личности.

Во-вторых, исходя из изложенного выше, мы считаем, что каждому человеку, начиная с раннего школьного возраста, необходимо развитие и дальнейшее совершенствование собственного критического мышления. Оно нужно для того, чтобы как минимум знать и уметь распознавать в медиатекстах и не только приёмы манипуляции, понимая, с какой целью, с помощью каких ресурсов и средств это делается, а также кому и почему может быть выгодна данная ситуация.

### Список литературы

1. Дзялошинский И.М. Манипулятивные технологии в СМИ. М.: Гуманитарный институт, 2006. 44 с.
2. Деева И.В., Федорова М.С. Приёмы манипуляции в телепрограммах на примере федеральных каналов // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2022. № 1-1 (64). С. 37-39. <https://doi.org/10.24412/2500-1000-2022-1-1-37-39>, <https://elibrary.ru/ycqxra>
3. Олешко В.Ф., Шурко И.И. Пропагандистский дискурс современного телевидения // Известия Уральского федерального университета. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры. 2022. Т. 28. № 1. С. 5-15. <https://doi.org/10.15826/izv1.2022.28.1.00>, <https://elibrary.ru/vlyggr>
4. Петренко А.Н. Использование манипуляторной невербальной коммуникации на телевидении // Endless Light in Science. 2023. № 6. С. 1328-1331.
5. Малюкова Д.С. О примерах использования тактик манипулирования в современном медийном дискурсе // Вестник Томского государственного университета. 2011. № 347. С. 24-27. <https://elibrary.ru/nuxlar>
6. Рубцова Е.В., Девдариани Н.В. Формирование стереотипного образа России в британских СМИ XXI века // Балтийский гуманитарный журнал. 2019. Т. 8. № 3 (28). С. 349-352. <https://doi.org/10.26140/bgз3-2019-0803-0087>, <https://elibrary.ru/jaoiyn>
7. Цыбуляк О.Д. Эвфемизмы как манипулятивный инструмент СМИ в политическом дискурсе // Вестник Челябинского государственного университета. 2013. № 22 (313). С. 239-243. <https://elibrary.ru/rfknjz>
8. Zheltukhina M.R., Klushina N.I., Ponomarenko E.B., Vasilkova N.N., Dzyubenko A.I. Modern media influence: mass culture – mass consciousness – mass communication // XLinguae. 2017. Vol. 10. № 4. P. 96-105. <https://doi.org/10.18355/XL.2017.10.04.09>, <https://elibrary.ru/zpzjev>
9. Kazun A., Kazun A. How state-controlled media can set the agenda on the internet: coverage of three tragedies on different types of Russian media // Demokratizatsiya: The Journal of Post-Soviet Democratization. 2019. № 3. P. 371-398.
10. Tolz V., Hutchings S., Chatterje-Doody P.N., Crilley R. Mediatization and journalistic agency: Russian television coverage of the Skripal poisonings // Journalism. 2021. Vol. 22. Issue 12. P. 2971-2990. <https://doi.org/10.1177/1464884920941967>
11. Leviatskaya A., Fedorov A. Typology and mechanisms of media manipulation // International Journal of Media and Information Literacy. 2020. № 5 (1). P. 69-78. <https://doi.org/10.13187/ijmil.2020.1.69>, <https://elibrary.ru/lvbkzb>
12. Kultysheva O. Ways of Manipulating Public Consciousness with Modern Media: an Analysis of the Russian Regional Publications // Media Education. 2019. Vol. 59. № 4. P. 518-537. <https://doi.org/10.13187/me.2019.4.518>, <https://elibrary.ru/cxsfd>
13. Tymbay A.A. Manipulative use of political headlines in western and Russian online sources // Discourse & Communication. 2022. Vol. 16. Issue 3. P. 346-363. <https://doi.org/10.1177/17504813221101824>

14. Gukosyants O.Yu. Means of speech manipulation in Russian Internet-Mediated Communication // Complex Social Systems in Dynamic Environments. 2023. Vol. 365. P. 165-173.
15. Kovalev A. The political economics of news making in Russian media: Ownership, clickbait and censorship // Journalism. 2021. Vol. 22. № 12. P. 2906-2918. <https://doi.org/10.1177/1464884920941964>
16. Дзялошинский И.М. Современное медиапространство России. М.: Аспект Пресс, 2015. 312 с.
17. Маркузе Г. Одномерный человек / пер. с англ. А.А. Юдина. М.: АСТ: Ермак, 2003. 331 с.
18. Битянова М.Р. Социальная психология: наука, практика и образ мыслей. М.: Эксмо-пресс, 2001. 576 с.
19. Таранов П.С. Приёмы влияния на людей. М.: Гранд-Фаир, 2010. 608 с.
20. Кара-Муза С.Г. Манипуляция сознанием. М.: Родина, 2022. 490 с.
21. Кара-Муза С.Г. Власть манипуляции. М.: Издательская группа URSS, 2023. 356 с.
22. Вирен Г.В. Современные медиа: приёмы информационных войн. М.: Аспект Пресс, 2017. 128 с.
23. Лозовский Б.Н. Манипулятивные технологии управления средствами массовой информации. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2008. 212 с.
24. Горина Е.В. Коммуникативные технологии манипуляции в СМИ и вопросы информационной безопасности. М.: Изд-во Флинта, 2020. 66 с.
25. Пропагандистский дискурс в условиях цифровизации / под ред. В.А. Ачкасовой, Г.С. Мельник. СПб.: Изд-во С.-Петербур. гос. ун-та, 2023. 424 с.
26. Олешко В.Ф. Пропагандистский дискурс цифровой эпохи в перспективе теории и социальных практик // Вопросы теории и практики журналистики. 2023. Т. 12. № 1. С. 138-147. <https://doi.org/10.17150/2308-6203.2023>, <https://elibrary.ru/azwxus>
27. Зелинский С.А. Манипуляции массами и психоанализ. М.: Скифия, 2018. 240 с.

## References

1. Dzyaloshinskii I.M. *Manipulyativnye tekhnologii v SMI* [Manipulative Technologies in the Mass Media]. Moscow, Gumanitarnyi institute Publ., 2006, 44 p. (In Russ.)
2. Deeva I.V., Fedorova M.S. Manipulation techniques in TV programs on the example of federal channels. *Mezhdunarodnyi zhurnal gumanitarnykh i estestvennykh nauk = International Journal of Humanities and Natural Sciences*, 2022, no. 1-1 (64), pp. 37-39. (In Russ.) <https://doi.org/10.24412/2500-1000-2022-1-1-37-39>, <https://elibrary.ru/ycqxxa>
3. Oleshko V.F., Shurko I.I. Propaganda discourse of modern television. *Izvestiya Ural'skogo federal'nogo universiteta. Seriya 1. Problemy obrazovaniya, nauki i kul'tury = Izvestia Ural Federal University Journal. Series 1: Issues in Education, Science and Culture*, 2022, vol. 28, no. 1, pp. 5-15. (In Russ.) <https://doi.org/10.15826/izv1.2022.28.1.00>, <https://elibrary.ru/vlyggr>
4. Petrenko A.N. Ispol'zovanie manipulyatornoi neverbal'noi kommunikatsii na televidenii [The use of manipulative nonverbal communication on television]. *Endless Light in Science*, 2023, no. 6, pp. 1328-1331. (In Russ.)
5. Malyukova D.S. Examples of manipulation tactics usage in modern media discourse. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta = Tomsk State University Journal*, 2011, no. 347, pp. 24-27. (In Russ.) <https://elibrary.ru/nuxlar>
6. Rubtsova E.V., Devdariani N.V. Formation of the stereotypic image of Russia in the British media of the 21st century. *Baltiiskii gumanitarnyi zhurnal = Baltic Humanitarian Journal*, 2019, vol. 8, no. 3 (28), pp. 349-352. (In Russ.) <https://doi.org/10.26140/bg23-2019-0803-0087>, <https://elibrary.ru/jaoiyn>
7. Tsybulyak O.D. Euphemisms as a manipulative means of mass media in the political discourse. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of Chelyabinsk State University*, 2013, no. 22 (313), pp. 239-243. (In Russ.) <https://elibrary.ru/rfknjz>
8. Zheltukhina M.R., Klushina N.I., Ponomarenko E.B., Vasilkova N.N., Dzyubenko A.I. Modern media influence: mass culture – mass consciousness – mass communication. *XLinguae*, 2017, vol. 10, no. 4, pp. 96-105. <https://doi.org/10.18355/XL.2017.10.04.09>, <https://elibrary.ru/zpzjev>
9. Kazun A., Kazun A. How state-controlled media can set the agenda on the internet: coverage of three tragedies on different types of Russian media. *Demokratizatsiya: The Journal of Post-Soviet Democratization*, 2019, no. 3, pp. 371-398.

10. Tolz V., Hutchings S., Chatterje-Doody P.N., Crilley R. *Mediatization and journalistic agency: Russian television coverage of the Skripal poisonings*. Journalism, 2021, vol. 22, issue 12, pp. 2971-2990. <https://doi.org/10.1177/1464884920941967>
11. Levitskaya A., Fedorov A. Typology and mechanisms of media manipulation. *International Journal of Media and Information Literacy*, 2020, no. 5 (1), pp. 69-78. <https://doi.org/10.13187/ijmil.2020.1.69>, <https://elibrary.ru/lvbkzb>
12. Kultysheva O. Ways of manipulating public consciousness with modern media: an analysis of the Russian regional publications. *Media Education*, 2019, vol. 59, no. 4, pp. 518-537. <https://doi.org/10.13187/me.2019.4.518>, <https://elibrary.ru/cxsfod>
13. Tymbay A.A. Manipulative use of political headlines in western and Russian online sources. *Discourse & Communication*, 2022, vol. 16, issue 3, pp. 346-363. <https://doi.org/10.1177/17504813221101824>
14. Gukosyants O.Yu. Means of speech manipulation in Russian Internet-Mediated Communication. *Complex Social Systems in Dynamic Environments*, 2023, vol. 365, pp. 165-173.
15. Kovalev A. The political economics of news making in Russian media: Ownership, clickbait and censorship. *Journalism*, 2021, vol. 22, no. 12, pp. 2906-2918. <https://doi.org/10.1177/1464884920941964>
16. Dzyaloshinskii I.M. *Sovremennoe mediaprostranstvo Rossii* [Modern Media Space in Russia]. Moscow, Aspekt Press, 2015, 312 p. (In Russ.)
17. Markuze G. *Odnomernyi chelovek* [One Dimensional Man]. Moscow, AST: Ermak Publ., 2003, 331 p. (In Russ.)
18. Bityanova M.R. *Sotsial'naya psikhologiya: nauka, praktika i obraz myslei* [Social Psychology: Science, Practice and Way of Thinking]. Moscow, EKSMO-press, 2001, 576 p. (In Russ.)
19. Taranov P.S. *Priemy vliyaniya na lyudei* [Techniques for Influencing People]. Moscow, Grand-Fair Publ., 2010, 608 p. (In Russ.)
20. Kara-Muza S.G. *Manipulyatsiya soznaniem* [Mind Manipulation]. Moscow, Rodina Publ., 2022, 490 p. (In Russ.)
21. Kara-Muza S.G. *Vlast' manipulyatsii* [The Power of Manipulation]. Moscow, URSS Publishing Group, 2023, 356 p. (In Russ.)
22. Viren G.V. *Sovremennye media: priemy informatsionnykh voyn* [Modern Media: Techniques of Information Wars]. Moscow, Aspekt Press, 2017, 128 p. (In Russ.)
23. Lozovskii B.N. *Manipulyativnye tekhnologii upravleniya sredstvami massovoi informatsii* [Manipulative Technologies of Mass Media Management]. Ekaterinburg, Ural Federal University Publ., 2008, 212 p. (In Russ.)
24. Gorina E.V. *Kommunikativnye tekhnologii manipulyatsii v SMI i voprosy informatsionnoi bezopasnosti* [Communication Technologies of Manipulation in the Mass Media and Information Security Issues]. Moscow, Flinta Publ., 2020, 66 p. (In Russ.)
25. Achkasova V.A., Mel'nik G.S. (eds.). *Propagandistskii diskurs v usloviyakh tsifrovizatsii* [Propaganda Discourse in the Context of Digitalization]. St. Petersburg, Saint Petersburg State University Publ., 2023, 424 p. (In Russ.)
26. Oleshko V.F. Propaganda discourse of the digital age in the perspective of theory and social practices. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2023, vol. 12, no. 1, pp. 138-147. (In Russ.) <https://doi.org/10.17150/2308-6203.2023>, <https://elibrary.ru/azwxus>
27. Zelinskii S.A. *Manipulyatsii massami i psikhoanaliz* [Mass Manipulation and Psychoanalysis]. Moscow, Skifiya Publ., 2018, 240 p. (In Russ.)

#### Информация об авторах

**Баканов Роман Петрович**, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры национальных и глобальных медиа Высшей школы журналистики и медиакommunikаций, Казанский (Приволжский) федеральный университет, г. Казань, Республика Татарстан, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0002-1097-8390>, [rbakanov@yandex.ru](mailto:rbakanov@yandex.ru)

**Вклад в статью:** идея статьи, анализ литературы, написание части текста статьи, редактирование.

#### Information about the authors

**Roman P. Bakanov**, PhD (Philology), Associate Professor, Associate Professor of National and Global Media Department of the Higher School of Journalism and Media Communications, Kazan (Volga Region) Federal University, Kazan, Republic of Tatarstan, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0002-1097-8390>, [rbakanov@yandex.ru](mailto:rbakanov@yandex.ru)

**Contribution:** study idea, literature analysis, manuscript text drafting, editing.



**Нурутдинова Камилла Айдаровна**, выпускница кафедры национальных и глобальных медиа Высшей школы журналистики и медиакоммуникаций, Казанский (Приволжский) федеральный университет; корреспондент, «РБК-Татарстан», г. Казань, Республика Татарстан, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0002-3837-2649>, [nurutdinovakamilla@yandex.ru](mailto:nurutdinovakamilla@yandex.ru)

**Вклад в статью:** анализ литературы, сбор и обработка данных, написание части текста статьи.

Конфликт интересов отсутствует.

Поступила в редакцию 14.07.2023

Поступила после рецензирования 29.09.2023

Принята к публикации 12.10.2023

**Kamilla A. Nurutdinova**, Graduate of National and Global Media Department of the Higher School of Journalism and Media Communications, Kazan (Volga Region) Federal University; Correspondent, “RBC-Tatarstan”, Kazan, Republic of Tatarstan, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0002-3837-2649>, [nurutdinovakamilla@yandex.ru](mailto:nurutdinovakamilla@yandex.ru)

**Contribution:** literature analysis, data acquisition and processing, manuscript text drafting.

There is no conflict of interests.

Received July 14, 2023

Revised September 29, 2023

Accepted October 12, 2023

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ / ORIGINAL ARTICLE

УДК / UDC 070

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-931-939>

Шифр научной специальности 5.9.9

## К вопросу о типологизации новых медиа

**Алла Михайловна ШЕСТЕРИНА** ФГБОУ ВО «Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова»  
119991, Российская Федерация, Москва, Ленинские горы, 1✉ [shesterina8@gmail.com](mailto:shesterina8@gmail.com)

**Аннотация.** Значительные изменения медиасистемы, отмечаемые многими исследователями в последнее время и получившие отражение на всех уровнях её бытования, делают актуальным вопрос о дополнении и корректировке существующей сегодня типологии медиа. Значимым компонентом медиасистемы являются новые медиа, типологизация которых не осуществлена ещё в полном объёме. Цель нашего исследования заключается в стремлении в первом приближении сформировать возможные подходы к типологизации новых медиа, а также дать краткую характеристику основных типов. Исследование направлено на анализ русскоязычного сектора новых медиа с целью определения особенностей его развития и уже сложившихся или складывающихся типов. Типологизация осуществляется на основе таких признаков, как цель создания медиа, особенности авторства, особенности контента (тематическая направленность, жанровое и видовое своеобразие) и аудиторная направленность. В ходе проведённого исследования мы приходим к выводу о том, что новые медиа могут быть во многом отнесены к уже описанным типам медиа, однако обладают уникальными признаками, позволяющими дополнить существующую типологию. Также мы отмечаем подвижность системы новых медиа, которая обуславливает процесс постоянной трансформации типологических групп и требует частого обновления существующих подходов.

**Ключевые слова:** новые медиа, социальные сети, медиасистема, типы новых медиа, сетевой медиаконтент

**Для цитирования:** Шестерина А.М. К вопросу о типологизации новых медиа // Неофилология. 2023. Т. 9. № 4. С. 931-939. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-931-939>




Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



## On the issue of new media typology

Alla M. SHESTERINA 

Lomonosov Moscow State University  
1 Leninskie Gory, Moscow, 119991, Russian Federation  
 [shesterina8@gmail.com](mailto:shesterina8@gmail.com)

**Abstract.** Significant changes in the media system, noted by many researchers recently and reflected at all levels of its existence, make the issue of supplementing and correcting the existing media typology relevant today. A significant component of the media system is new media, the typology of which has not yet been fully implemented. The purpose of our study is to seek, as a first approximation, to form possible approaches to the typology of new media, as well as to give a brief description of the main types. The study is aimed at analyzing the Russian-speaking sector of new media in order to determine the features of its development and already established or emerging types. Typology is carried out on the basis of such features as the purpose of creating media, features of authorship, features of content (thematic focus, genre and species originality) and audience orientation. In the course of the study, we come to the conclusion that new media can be largely attributed to the types of media already described, however, they have unique features that make it possible to supplement the existing typology. We also note the mobility of the new media system, which causes the process of constant transformation of typological groups and requires frequent updating of existing approaches.

**Keywords:** new media, social networks, media system, new media types, network media content

**For citation:** Shesterina, A.M. On the issue of new media typology. *Neofilologiya = Neophilology*, 2023;9(4):931-939. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-931-939>



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



### ВВЕДЕНИЕ

Новые медиа прошли уже достаточно большой путь развития, позволяющий в каком-то смысле очертить ключевые составляющие системы. Как отмечает Е.Л. Вартанова, «из всех революций, которые случились в России за последние десятилетия, наиболее успешными, пожалуй, были информационная революция и революция в сфере СМИ. Российские СМИ, которые были в начале перестройки, в процессе изменения социальных, общественных, экономических и культурных структур, сами преобразовались совершенно особым образом, хотя, может быть, по многим пониманиям ролей они сохранили прежнее значение. Тем не менее российские СМИ стали реальным достижением последних двадцати лет. Важ-

нейшим фактором трансформации, важнейшим агентом влияния были новые информационные технологии и информационная революция» [1]. Несмотря на то, что значительный сектор исследований сегодня посвящён изучению особенностей функционирования именно новых медиа, подходы к их типологизации пока не носят системного характера. Причины видятся нам как в сложной для изучения чрезвычайно мобильной системе этих медиа, так и во вполне обоснованном желании исследовать сегментированные секторы их функционирования. Существует немало исследований, посвящённых определённым сегментам новых медиа. Так, заслуживают внимания работы, обращённые к анализу специфики развития новых медиа вообще и социальных медиа в частности [2–4]. Предпринимаются попытки

очертить круг самого явления [5–8]. В ряде исследований обращается внимание на существенные формально-содержательные особенности новых медиа [9; 10]. Отдельные исследователи скрупулезно анализируют развивающиеся в новых медиа жанры и форматы. Немалый интерес представляет исследование жанров видеоблогов [11; 12]. Обращает на себя внимание интерес исследователей к психологическим, этическим и правовым аспектам функционирования новых медиа [13–16]. Однако до сих пор отсутствуют исследования, предлагающие нам типологию новых медиа.

### ПОСТАНОВКА ЗАДАЧ

Мы в нашей работе предпримем в первом приближении попытку составить такую типологию. С опорой на представление Е.Л. Вартановой о новых медиа как о медиа в цифровой среде и с учётом типологии традиционных медиа, предложенной научной школой МГУ им. М.В. Ломоносова [17], мы попытаемся предложить собственную типологию новых медиа, которая, безусловно, будет нуждаться в некотором обновлении всякий раз при появлении новых типов. Материалом нашего исследования являются новые медиа русскоязычного сектора Интернета. Хронологические рамки исследования – 2020–2023 гг. В основе методологии исследования – историко-функциональный, текстологический, сравнительно-типологический методы и метод анализа контента.

Целью нашего исследования является формирование типологии новых медиа в их современном подвижном состоянии. Ключевые задачи работы: систематизация представлений о новых медиа в ретроспективе и с позиций современности с учётом функционирования медиасистемы в целом; уточнение типологических признаков, которые могут составить основу типологизации новых медиа; формирование представлений о типах новых медиа, эффективно функционирующих на современном этапе.

Подчеркнём, что уже сегодня можно проследить несколько этапов развития новых медиа. На первом этапе наблюдалось стрем-

ление отстроиться от традиционных медиа, что объяснялось как общим характером среды, зафиксированным в «Декларации независимости киберпространства» Дж.П. Барлоу<sup>1</sup>, так и спецификой авторов контента, не всегда владеющих профессиональными компетенциями в создании медиатекстов. На этом этапе формировался специфический язык новых медиа, который заметно отличался от языка традиционных медиа. Переход ко второму этапу был обусловлен появлением возможности монетизации контента, что способствовало профессионализации новых медиа. И не только в аспекте перехода в Сеть профессиональных журналистов, но и шире – профессионалов в разных областях деятельности. Этот этап можно охарактеризовать как этап закрепления типов, жанров и форматов новых медиа, этап формирования особого комплекса выразительных средств, обладающих своей эстетикой [18]. Эстетикой, которую сегодня, на третьем этапе новых медиа, начинают уже копировать традиционные медиа, отчасти подражая публикаторам в стремлении вернуть аудиторию, которая всё заметнее переходит в Сеть [11]. Наблюдается процесс взаимопроникновения новых и традиционных медиа, что в ещё большей степени усложняет задачу типологизации первых.

В силу последнего обстоятельства представляется важным оценить новые медиа как систему, дать характеристику её основным элементам. Мы в нашей работе предлагаем системный взгляд на новые медиа и пытаемся привести в систему не столько представления об отдельных типах контента, сколько выявить и систематизировать разнообразие форм структурирования каналов трансляции информации в целом.

### РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Авторы учебного пособия «Типология периодической печати» справедливо отмечают: «Являясь системным образованием, периодическая печать, наряду с телевидени-

<sup>1</sup> Барлоу Дж. Декларация независимости киберпространства. Давос, 1996. 8 февр. URL: <http://www.telecomlaw.ru/articles/declaration.html> (дата обращения: 05.05.2023).

ем, радиовещанием, сетевыми и другими информационными ресурсами, входит в общую для них систему средств массовой информации (СМИ), располагая <...> общими для всей этой системы признаками» [19, с. 10]. В этом утверждении нам важен тот факт, что исследователи экстраполируют качество системности на новые медиа. Действительно, последние обладают всеми системными свойствами, характерными для СМИ. Однако существует и ряд качеств, которые новая среда и новые каналы дистрибуции сделали актуальными для типологии новых медиа в гораздо большей степени, чем для СМИ традиционного типа. Это такие качества, как мультимедийность, интерактивность, нелокальность.

Вслед за учёными МГУ им. М.В. Ломоносова, мы в основе нашей типологии предлагаем рассмотреть следующие признаки: целевое назначение, форма собственности, организационно-экономические характеристики, формат контента, характер информации (жанровые и тематические особенности), периодичность. Представляется важным дополнить этот перечень признаков такими, как авторство, аудиторная направленность и характер интерактивности.

Анализ новых медиа позволяет говорить о тех типах, которые наиболее ярко представлены в русскоязычном секторе.

Так, **по целевой направленности** мы можем выделить следующие типы новых медиа.

1. Информационные – медиа, задача которых заключается преимущественно в формировании новостной повестки. Они являются своего рода «привратниками мнений» и определяют во многом круг тем, обсуждаемых в медиа других типов. В медиа этой группы доминируют информационные жанры журналистики, а также жанры и форматы, характерные для сетевой среды (мультимедийный репортаж в конвергентных медиа, влог, стрим, гибридная прямая трансляция в видеоблогинге и т. д.).

2. Аналитические – медиа, направленные на анализ проблемы или ситуации, рассматривающие реальность с точки зрения выявления причинно-следственных связей, осуществляющих прогнозирование на основе

антиципирующего подхода. В таких медиа, как правило, доминируют аналитические жанры журналистики или новые аналитические жанры, характерные для отдельных типов новых медиа (мультимедийный лонгрид в конвергентных СМИ, сравнение в видеоблогинге и т. д.).

3. Коммуникативные – медиа, ключевая задача которых заключается в формировании комьюнити единомышленников, объединённых какой-либо концепцией. В основе функционирования таких медиа – повышенная интерактивность. Доминируют преимущественно диалоговые жанры, активизируются максимально возможные средства повышения интерактивного взаимодействия.

4. Утилитарные – медиа, цель которых проявляется в удовлетворении конкретных потребностей аудитории (как правило, бытового характера). Этот тип медиа основан на продвижении контента рецептурного характера с опорой на позитивистское мышление и прагматический тип текста. Причём прагматика может проявляться как на уровне советов и рекомендаций по конкретным бытовым вопросам (фуд-блог, быти-блог, ремонт), так и в форме советов более сложного рода (в области психологии, педагогики, медицины, законодательства и т. д.).

5. Рекреативные – медиа, продвигающие развлекательный контент, основанный, чаще всего, на структурах гедонистического текста. Именно этот сектор считается доминирующим в сетевой среде и развивается в двух формах – в форме собственно развлекательной и в форме так называемого шок-контента. И в самом деле, если мы посмотрим на медиа, набравшие максимальное число подписчиков, то обнаружим, что часто это будут развлекательные каналы<sup>2</sup>.

6. Рекламные – направлены на продвижение товаров или услуг (чаще – групп товаров или комплекса услуг). Основу контента этих медиа составляют рекламные жанры.

7. Культурно-просветительские – медиа, предлагающие аудитории так называемые смысловывявляющие тексты. Как правило, кон-

<sup>2</sup> YouTube-каналы: январь-2023 // Медиалогия. URL: <https://www.mlg.ru/ratings/socmedia/youtube/11907/> (дата обращения: 05.05.2023).



тент таких медиа основан на художественно-публицистических и документально-художественных журналистских жанрах. Их задачи – накапливать и транслировать базовые ценности культуры определённого общества.

8. Образовательные – медиа, транслирующие контент в конкретной предметной сфере и направленные на формирование комплекса знаний, умений и навыков в этой сфере у лиц, заинтересованных в повышении образовательного уровня.

9. Научно-популярные – медиа, основанные на демонстрации научного знания широкой части аудитории в легкодоступной форме.

Реже в ряду наиболее популярных каналов мы можем обнаружить презентационные медиа, целевое назначение которых заключается в информировании аудитории об особенностях функционирования определённой организации. Важно подчеркнуть, что таких медиа немало в количественном отношении, однако число их подписчиков невелико.

По форме собственности мы можем выделить следующие медиа: с доминированием государственной, государственно-капиталистической, капиталистической формы собственности и общественные медиа. Последние в количественном показателе доминируют (преимущественно в сфере гражданской журналистики), однако отмечается тенденция роста капиталистической формы собственности по мере профессионализации сферы блогинга и проникновения в эту сферу частного капитала.

Что касается такой формы собственности, как иностранный капитал, актуальной для традиционных медиа, то для новых медиа вопрос об иностранном финансировании сложноопределим, поскольку некоторые из них аффилированы сразу с несколькими источниками в разных странах, не имеют регистрации в конкретной стране и рассматривают целевую аудиторию безотносительно к региону.

**По организационно-экономическим характеристикам** можно выделить медиа отраслевые, ведомственные, корпоративные, различных научных и образовательных организаций, творческих союзов, что в целом соотносится с традиционной типологией медиа.

Однако значительный объём медиа принадлежит конкретным пользователям, частным лицам. Число их настолько велико, что, безусловно, меняет медиаландшафт в значительной степени.

**По типу контента** в топы часто попадают следующие типы медиа.

1. Контентный. Эти медиа создают авторский контент и делятся им с аудиторией.

2. Цитатный. Такого типа медиа являются своего рода агрегаторами произведений, созданных другими авторами и опубликованных ранее. Этот контент может публиковаться без обработки, переупаковки и адаптации к ресурсу, или подвергаться переупаковке. Также на таких ресурсах может присутствовать в небольшом объёме контент, созданный самим медиа.

3. Тлог. Это медиа, публикации которых напоминают своего рода черновики. Они, как правило, создаются пользователями и не редактируются платформой.

Реже мы можем обнаружить следующие.

1. Ссылочный вид медиа, где контент других медиа не публикуется полностью. Размещаются ссылки на него с анонсированием содержания.

2. Флог – фейковый тип медиа, который может открыто позиционировать себя как творческий проект, создающий фейки, или скрывать это и выдавать фейковую информацию за реальную.

3. Сплот – тип медиа, ориентированный на спамовое распространение.

Можно дать и иную классификацию новых медиа и **по типу контента**.

1. Медиа с доминированием hub-контента – то есть регулярно публикуемого контента. Это преимущественно информационные медиа, где новости обновляются регулярно.

2. Медиа с доминированием help-контента – ситуативного контента, являющегося реакцией на чрезвычайные события. Такие медиа в основном содержат комментирование острых ситуаций. Их немало в секторе массовой культуры, а также в общественно-публицистических медиа, ориентированных на комментирование и анализ социально острых проблем.

3. Медиа, опирающиеся на создание he-go-контента – контента, сложного в создании (документальные фильмы, мультимедийные лонгриды, веб-док и т. п.).

4. Комбинированные медиа – медиа, представленные всеми типами контента. Именно этот тип медиа в секторе новых медиа представлен чаще всего.

**По характеру информации в тематическом аспекте** новые медиа можно подразделить на следующие типы.

1. Монотематические – медиа, фокусирующиеся на доминирующей теме. Это не исключает в целом рассмотрения смежных тем, но аудитория имеет точное представление о том, какова основная тематическая направленность медиа.

2. Политематические – медиа, разрабатывающие 2–3 (реже – немного больше) смежных тем. Нередко эти темы распределяются по рубрикам или по плейлистам (например, на видеохостингах).

3. Комбинированные – медиа, универсальные по тематическим характеристикам и рассматривающие неограниченное число тем.

**По характеру информации в жанровом аспекте** новые медиа условно можно разделить на следующие типы:

1. Медиа с доминированием традиционных журналистских жанров.

2. Медиа с доминированием новых жанров, характерных для блогосферы [Особенности]:

- демонстрационных (лайфстайл, гайд, анпакинг, пранк и др.);

- образовательных (лайфхак, рецепт, бьюти-блог, фитнес-блог и др.);

- диалоговых (подкаст, таг, троллинг и др.);

- персонифицированных (эссе (контекст видеоблогинга), обзор, сравнение, хейтинг, топ и др.);

- синтетических (скетч-шоу, кавер, реалити-шоу, веб-сериал, роор и др.).

3. Смешанные блоги, в которых сложно определить доминирующий жанр.

**По типу авторства** новые медиа могут быть:

1) персонифицированными (создаются одним автором или создают такую иллюзию);

2) коллективными (создаются группой авторов, конкретным авторским коллективом);

3) смешанного типа (создаются сложно-определимым кругом публикаторов).

Нередко встречаются и медиа определённых брендов.

Также медиа различаются и **по характеру интерактивности**. Здесь можно выделить:

1) интерактивное ведение медиа (прямые трансляции, интерактивные жанры (такие, как таг, вызов, пранк, опрос), все формы активизации интерактивности);

2) линейное ведение медиа (только техническая возможность реагировать на контент в виде лайков и комментариев под видео);

3) смешанный тип ведения (например, предусматриваются все формы активизации интерактивности, но отсутствуют интерактивные жанры и прямые трансляции).

Если же мы говорим об аудиторной направленности новых медиа, то условно их можно разделить на два крупных сегмента – узкоориентированные, имеющие конкретную целевую аудиторию, и универсальные, апеллирующие к самым разным интересам различных аудиторных групп. В этом аспекте существенным является то, что первоначальная целевая аудитория, прогнозируемая для конкретных медиа, может размываться и неожиданно прирастать новыми группами пользователей.

## ВЫВОДЫ

Исследование современного состояния системы новых медиа позволяет говорить о том, что в целом они дублируют многие типы традиционных медиа и отличаются от них лишь каналами дистрибуции контента. Однако по нескольким типологическим признакам имеются отличия (тип контента, жанровое наполнение, периодичность), а некоторые признаки (тип авторства, характер интерактивности, аудиторная направленность) должны быть включены в типологию как важные для понимания особенностей новых медиа.

Кроме того, важно учитывать и контекстный принцип анализа медиа [9], контент которых может изменять едва ли не все свои параметры в зависимости от контекста, в котором он был воспринят аудиторией.

# Список источников

1. Вартанова Е.Л. Новые медиа как фактор модернизации СМИ // Информационное общество. 2008. Вып. 5-6. С. 37-39. <https://elibrary.ru/kvmxml>
2. Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика. Теоретические основы. Академический учебник. М.: Академия медиаиндустрии, 2018. 370 с.
3. Мультимедийная журналистика / под общ. ред. А.Г. Качкаевой, С.А. Шомовой. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. 413 с.
4. Шацкая А.Д., Макеенко М.И. Телеконтент в новых медиа: работа телевизионных каналов с эфирным контентом в Интернете. М.: Аспект Пресс, 2020. 144 с. <https://elibrary.ru/gcnkma>
5. Горошко Е. Возникновение лингвистики новых медиа и перспективы развития этого направления // Гипертекст как объект лингвистического исследования: материалы 3 Междунар. науч.-практ. конф. Самара: СГСПУ, 2013. С. 27-41. <https://elibrary.ru/sghemr>
6. Павлик Д.В. Журналистика новых медиа / пер. Е. Сабировой. URL: [http://www.psujournal.narod.ru/vestnik/vyp\\_8/voz\\_newmedia.htm](http://www.psujournal.narod.ru/vestnik/vyp_8/voz_newmedia.htm) (дата обращения: 01.08.2023).
7. Роголёва О.С., Шкайдерова Т.В. Новые медиа: эволюция понятия (аналитический обзор) // Вестник Омского университета. 2015. № 1. С. 221-225. <https://elibrary.ru/tqirwr>
8. Трофимова И.А. «Новая пресса» XXI века в системе «новых медиа» // Коммуникация в современном мире: материалы Междунар. науч.-практ. конф. Воронеж: ВГУ, 2018. С. 147-149. <https://elibrary.ru/xrgxhf>
9. Вакурова Н.В., Московкин Л.И. Концепции современных российских интернет-изданий // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2001. № 6. С. 44-55.
10. Киреев П.С. Новые медиа в современном информационно-коммуникативном пространстве // Социология. 2010. № 2. С. 115-127. <https://elibrary.ru/udvhad>
11. Зверева Е.А., Пинчук О.В., Сапунов В.И., Шестерина А.М. Особенности функционирования современных аудиовизуальных медиа / под ред. А.М. Шестериной. Воронеж: ВГУ, 2018. 332 с. <https://elibrary.ru/vpbnyi>
12. Текутьева И.А. Жанрово-тематическая классификация видеоблогинга // Медиасреда. 2016. № 11. С. 107-113. <https://elibrary.ru/xenxer>
13. Дроздова А.В. Новый режим видения, или приватное/публичное пространство новых медиа // Публичное/частное в современной цивилизации: материалы 22 рос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2020. С. 508-512. <https://elibrary.ru/qlzlmj>
14. Каминская Т.Л. Ответственность за медиаконтент и проблема цензурирования коммуникативного пространства России // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2021. Т. 11. № 2. С. 96-101. <https://doi.org/10.26794/2226-7867-2021-11-2-96-101>, <https://elibrary.ru/htzvlp>
15. Самсонова Е.А. Новые медиа – новая картина мира (к постановке вопроса о социально-сетевой картине мира) // Меди@льманах. 2020. № 4. С. 18-24. <https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.4.2020.1824>, <https://elibrary.ru/bwlbsk>
16. Shesterina A.M., Zvereva E.A. Means of Emotional Impact on the Audience in User Media Content // Media Education. 2023. № 1. С. 179-189. <https://doi.org/10.13187/me.2023.1.179>, <https://elibrary.ru/rdrvit>
17. Система средств массовой информации России / под ред. Я.Н. Засурского. М., 2003. 264 с.
18. Иванова Е.Н. Профессионализация интернет-журналистики в блогосфере: автореф. дис. ... канд. социол. наук. М., 2011. 26 с. <https://elibrary.ru/qhqngb>
19. Аникина М.Е., Баранов В.В., Воронова О.А. и др. Типология периодической печати / под ред. М.В. Шкондина, Л.Л. Реснянской. М.: Аспект Пресс, 2009. 236 с. <https://elibrary.ru/razntz>

## References

1. Vartanova E.L. Novye media kak faktor modernizatsii SMI [New media as a factor in media modernization]. *Informatsionnoe obshchestvo = Information Society*, 2008, no. 5-6, pp. 37-39. (In Russ.) <https://elibrary.ru/kvmxml>
2. Kalmykov A.A., Kokhanova L.A. *Internet-zhurnalistika. Teoreticheskie osnovy. Akademicheskii uchebnik* [Internet Journalism. Theoretical Basis. Academic Textbook]. Moscow, Akademiya mediaindustrii Publ., 2018, 370 p. (In Russ.)

3. Kachkaeva A.G., Shomova S.A. (general eds.). *Mul'timediinaya zhurnalistika* [Multimedia Journalism]. Moscow, Higher School of Economics Publishing House, 2017, 413 p. (In Russ.)
4. Shatskaya A.D., Makeenko M.I. *Telekontent v novykh media: rabota televizionnykh kanalov s efirnym kontentom v Internete* [TV Content in New Media: Work of TV Channels with Broadcast Content on the Internet]. Moscow, Aspect Press, 2020, 144 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/gcnkma>
5. Goroshko E. Vozniknovenie lingvistiki novykh media i perspektivy razvitiya etogo napravleniya [The emergence of new media linguistics and the prospects for the development of this direction]. *Materialy 3 Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii «Gipertekst kak ob'ekt lingvisticheskogo issledovaniya»* [Proceedings of the 3rd International Scientific and Practice Conference "Hypertext as an Object of Linguistic Research"]. Samara, Samara State University of Social Sciences and Education Publ., 2013, pp. 27-41. (In Russ.) <https://elibrary.ru/sghemr>
6. Pavlik D.V. *Zhurnalistika novykh media* [New Media Journalism]. (In Russ.) Available at: [http://www.psujournal.narod.ru/vestnik/vyp\\_8/voz\\_newmedia.htm](http://www.psujournal.narod.ru/vestnik/vyp_8/voz_newmedia.htm) (accessed: 01.08.2023).
7. Rogaleva O.S., Shkaiderova T.V. New media: evolution of the concept (analytical review). *Vestnik Omskogo universiteta = Herald of Omsk University*, 2015, no. 1, pp. 221-225. (In Russ.) <https://elibrary.ru/tqirwr>
8. Trofimova I.A. «Novaya pressa» XXI veka v sisteme «novykh media» [“New press” of the 21st century in the system of “new media”]. *Materialy Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii «Kommunikatsiya v sovremennom mire»* [Proceedings of the International Scientific and Practice Conference “Communication in the Modern World”]. Voronezh, Voronezh State University Publ., 2018, pp. 147-149. (In Russ.) <https://elibrary.ru/xrgxhf>
9. Vakurova N.V., Moskovkin L.I. Kontseptsii sovremennykh rossiiskikh internet-izdaniy [Concepts of modern Russian online publications]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika = Bulletin of Moscow University. Series 10. Journalism*, 2001, no. 6, pp. 44-55. (In Russ.)
10. Kireev P.S. Novye media v sovremennom informatsionno-kommunikativnom prostranstve [New media in the modern information and communication space]. *Sotsiologiya = Sociology*, 2010, no. 2, pp. 115-127. (In Russ.) <https://elibrary.ru/udvhad>
11. Zvereva E.A., Pinchuk O.V., Sapunov V.I., Shesterina A.M. *Osobennosti funktsionirovaniya sovremennykh audiovizual'nykh media* [Features of the Functioning of Modern Audiovisual Media]. Voronezh, Voronezh State University Publ., 2018, 332 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/vpbnyi>
12. Tekut'eva I.A. Zhanrovo-tematicheskaya klassifikatsiya videobloginga [Genre-thematic classification of video blogging]. *Mediasreda* [Media Environment], 2016, no. 11, pp. 107-113. (In Russ.) <https://elibrary.ru/xenxer>
13. Drozdova A.V. Novyi rezhim videniya, ili privatnoe/publichnoe prostranstvo novykh media [New mode of vision, or private/public space of new media]. *Materialy 22 rossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii s mezhdunarodnym uchastiem «Publichnoe/chastnoe v sovremennoi tsivilizatsii»* [Proceedings of the 22nd Russian Scientific and Practice Conference with International Participation “Public/Private in Modern Civilization”]. Yekaterinburg, Liberal Arts University Publ., 2020, pp. 508-512. (In Russ.) <https://elibrary.ru/qlzlmj>
14. Kaminskaya T.L. Responsibility for media content and the problem of censoring the communication space of Russia. *Gumanitarnye nauki. Vestnik Finansovogo universiteta = Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial University*, 2021, vol. 11, no. 2, pp. 96-101. (In Russ.) <https://doi.org/10.26794/2226-7867-2021-11-2-96-101>, <https://elibrary.ru/htzvlp>
15. Samsonova E.A. Novye media – novaya kartina mira (k postanovke voprosa o sotsial'no-setevoi kartine mira) [New media – a new picture of the world (to the question of the social network picture of the world)]. *Medi@l'manakh = Medi@lmanah*, 2020, no. 4, pp. 18-24. (In Russ.) <https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.4.2020.1824>, <https://elibrary.ru/bwlbsk>
16. Shesterina A.M., Zvereva E.A. Means of emotional impact on the audience in user media content. *Media Education*, 2023, no. 1, pp. 179-189. <https://doi.org/10.13187/me.2023.1.179>, <https://elibrary.ru/rdrvit>
17. Zasurskii Ya.N. (ed.). *Sistema sredstv massovoi informatsii Rossii* [Russian Media System]. Moscow, 2003, 264 p. (In Russ.)
18. Ivanova E.N. *Professionalizatsiya internet-zhurnalistiki v blogosfere: avtoref. dis. ... kand. sotsiol. nauk* [Professionalizing Internet Journalism in the Blogosphere. PhD (Sociology) diss. abstr.]. Moscow, 2011, 26 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/qhqngb>
19. Anikina M.E., Baranov V.V., Voronova O.A. et al. *Tipologiya periodicheskoi pechati* [Typology of Periodicals]. Moscow, Aspect Press, 2009, 236 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/razntz>

### Информация об авторе

**Шестерина Алла Михайловна**, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры журналистики Высшей школы (факультета) телевидения, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, г. Москва, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0001-7270-2376>, ScopusID: 57243108400, [shesterina8@gmail.ru](mailto:shesterina8@gmail.ru)

**Вклад в статью:** идея исследования, общая концепция статьи, поиск и анализ литературных источников, анализ новых медиа, написание текста и оформление статьи.

Поступила в редакцию 15.05.2023

Поступила после рецензирования 07.08.2023

Принята к публикации 14.09.2023

### Information about the author

**Alla M. Shesterina**, Dr. habil. (Philology), Professor, Professor of Journalism Department of the Higher School (Faculty) of Television, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0001-7270-2376>, ScopusID: 57243108400, [shesterina8@gmail.ru](mailto:shesterina8@gmail.ru)

**Contribution:** study idea, main study conception, literature sources search and analysis, new media analysis, manuscript text drafting and design.

Received May 15, 2023

Revised August 7, 2023

Accepted September 14, 2023




НАУЧНАЯ СТАТЬЯ / ORIGINAL ARTICLE

УДК / UDC 316.776.3

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-940-958>

Шифр научной специальности 5.9.9

## Рецепция научного интернет-текста: экспериментальное исследование

Анна Викторовна БЕЛОЕДОВА<sup>1</sup> , Татьяна Викторовна ДУБРОВСКАЯ<sup>1,2</sup> ,  
Евгений Александрович КОЖЕМЯКИН<sup>1,3</sup>  , Ян Игоревич ТЯЖЛОВ<sup>1</sup> 

<sup>1</sup>ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет»


308015, Российская Федерация, г. Белгород, ул. Победы, 85

<sup>2</sup>ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет»

440026, Российская Федерация, г. Пенза, ул. Красная, 40

<sup>3</sup>НИУ «Высшая школа экономики»

101000, Российская Федерация, г. Москва, ул. Мясницкая, 20

 [kozhemiyakin@bsu.edu.ru](mailto:kozhemiyakin@bsu.edu.ru)

**Аннотация.** Обсуждены результаты экспериментального исследования, цель которого – определить общие и частные принципы рецепции научного текста, размещённого в сети Интернет, с учётом группы коммуникативных и технологических факторов, среди которых – возможности применения интерактивных элементов, управляющих вниманием и восприятием текста (аффордансов), и использование экстралингвистических элементов материала. С помощью комбинации методов – окулографического исследования, анализа пользовательского опыта (UX-наблюдение) и полуструктурированного интервью – были получены данные о зонах внимания и структуре чтения пользователями научных интернет-статей, а также о тактиках взаимодействия с текстом и понимания его содержания в зависимости от наличия либо отсутствия аффордансов. В качестве испытуемых выступили читатели научных текстов, имеющие академические аффилиации и обладающие разным опытом взаимодействия с научными материалами. Сделан вывод о необходимости учёта двух групп данных в ходе изучения рецепции научного текста: зрительной фиксации на элементе текста / поведенческая реакция на него и вербальной репрезентации элемента текста во время интервью. Сформулированы предварительные выводы о закономерностях восприятия читателями научных интернет-статей в зависимости от технологической организации контекста. В заключение сформулированы требования к организации основного этапа исследования.

**Ключевые слова:** научный интернет-текст, рецепция, мультимодальность, аффорданс

**Благодарности:** Исследование выполнено за счёт гранта Российского научного фонда № 23-28-00109, проект «Рецепция и интерпретация научного текста в Интернете: мультимодальный подход».

**Для цитирования:** Белоедова А.В., Дубровская Т.В., Кожемякин Е.А., Тяжлов Я.И. Рецепция научного интернет-текста: экспериментальное исследование // Неофилология. 2023. Т. 9. № 4. С. 940-958. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-940-958>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



## Reception of academic web texts: experimental study

Anna V. BELOEDOVA<sup>1</sup> , Tatiana V. DUBROVSKAYA<sup>1,2</sup> ,  
Evgeny A. KOZHEMYAKIN<sup>1,3</sup>  , Yan I. TYAZHLOV<sup>1</sup> 

<sup>1</sup>Belgorod National Research University  
85 Pobedy St., Belgorod, 308015, Russian Federation

<sup>2</sup>Penza State University

40 Krasnaya St., Penza, 440026, Russian Federation

<sup>3</sup>National Research University Higher School of Economics

20 Myasnitskaya St., Moscow, 101000, Russian Federation

 [kozhemyakin@bsu.edu.ru](mailto:kozhemyakin@bsu.edu.ru)

**Abstract.** The results of an experimental study are discussed, the purpose of which is to determine the general and specific principles of the reception of a academic text posted on the Internet, taking into account a group of communicative and technological factors, including the possibility of using interactive elements that control attention and perception of the text (affordances), and the use of extralinguistic material elements. Through a combination of methods – oculographic research, user experience analysis (UX-observation) and semi-structured interview – the data were obtained indicating the areas of attention and the structure of reading scientific Internet articles by users, as well as tactics of interacting with the text and understanding its content, depending on the presence or absence of affordances. The readers of scientific texts have academic affiliations and different experience of interacting with scientific materials. The authors come to the conclusion that it is necessary to take into account two groups of data in the course of studying the reception of a academic text: visual fixation on a text element / behavioral reaction to it and verbal representation of a text element during an interview. The paper draws preliminary inferences about how the readers perceive scientific Internet articles depending on the technological organization of the context. In conclusion, the requirements are offered for the organization of the main stage of the study.

**Keywords:** academic web texts, reception, multimodality, affordance

**Acknowledgements:** The research was supported by the Russian Science Foundation grant No. 23-28-00109, project “Reception and interpretation of scientific text on the Internet: a multi-modal approach.”

**For citation:** Beloedova, A.V., Dubrovskaya, T.V., Kozhemyakin, E.A., & Tyazhlov, Ya.I. Reception of academic web texts: experimental study. *Neofilologiya = Neophilology*, 2023;9(4):940-958. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-940-958>



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



### ВВЕДЕНИЕ

В рамках реализуемого научного проекта проводится изучение закономерностей восприятия научного текста в Интернете. Научная проблема заключается в необходимости получения комплексного знания о влиянии различных (не только вербальных) семиотических компонентов научного текста, разме-

щённого в Интернете, на рецепцию и интерпретацию его адресатами. Таким образом, цель исследования состоит в том, чтобы сформулировать общие и частные принципы рецепции научного текста, средой бытования которого является виртуальная (цифровая) среда. Одной из существенных особенностей научного текста в Интернете является возможность взаимодействия с ним читателя

посредством аффордансов. Аффордансом называют свойство или функцию объекта, которая подсказывает, какие действия можно с ним производить. Как правило, аффорданс связан с модусом (технологией представления контента) текста. Как отмечал Г. Кресс, «каждый из модусов реализует специфические значимые характеристики своих аффордансов» [1, с. 83]. Примерами аффордансов в интернет-тексте могут быть операторы изменения масштаба, навигационные и выпадающие меню, инструменты раскрытия или скрытия фрагментов текста (например, таблиц или списков источников), гиперссылки и т. д. «Технологические особенности интернет-среды, такие как гипертекстуальность, интерактивность, поликодовость и мобильность, влияют также на семиотическую структуру «классических» научных текстов, делая возможным использование элементов, прежде не характерных для текстов таких жанров» [2, с. 166]. Таким образом, перед исследователями стоит задача определить характер и степень влияния технологических особенностей, включая аффордансы, на восприятие и понимание пользователем интернет-текстов.

Проблема влияния интернет-среды на медиатексты и стратегии взаимодействия с ними традиционно рассматривается в нескольких аспектах.

Первый – языковой – имеет отношение к жанрово-стилистическим и композиционным трансформациям медиатекста, реализуемого в интернет-среде [3–7]. Исследователи обращают внимание на появление новых и изменения традиционных жанров текстов в цифровом пространстве, трансформацию структуры текста под влиянием новейших технологий, появление у текстов новых формальных и стилистических признаков.

Второй аспект – коммуникативный – связан с изучением специфики коммуникативной ситуации, обусловленной характеристиками сетевого медиапространства, включая неоднозначность категории авторства, особенности взаимодействия пользователей с текстами, а также психологические параметры восприятия интернет-текстов [8–13].

Исследователи обращаются к новым параметрам коммуникативных практик и конкретных действий читателей, детерминированных технологическими возможностями цифровых текстов, в том числе и к проблеме скрытой манипуляции восприятием читателя и «стимулировании» определённых смысловых эффектов посредством аффордансов.

Третий аспект – технологический – касается обсуждения материально-ресурсных возможностей поддержки пользовательского опыта, создания удобного интерфейса и медиации процесса чтения / взаимодействия с текстом [14–17]. В работах этой направленности учёные рассматривают в том числе реализацию культуроформирующей, информационно-просветительской и прочих функций коммуникации с помощью технологической организации интерфейсов текстов.

В качестве интернет-текстов чаще всего рассматриваются журналистские, рекламные, образовательные материалы, сообщения блогеров, пользовательские комментарии и т. п. В меньшей степени изученным остаётся сегмент научной коммуникации, из которого в поле зрения исследователей попадают в основном тексты научно-популярного характера [18–20]. В то же время научная коммуникация, основным средством которой выступает научный текст, является одной из наиболее «резистантных» к переменам видов взаимодействия, что обусловлено базовыми свойствами и целями науки (логичность и последовательность изложения, обоснованность суждений, выражение и передача точной достоверной информации, объективность высказываний и т. д.). Фактор технологического воздействия на научный текст, а также на характер взаимодействия с ним читателя потенциально может негативно влиять на достижение целей научной коммуникации. Вопрос, в какой мере аффордансы и иные экстралингвистические и технологические средства влияют на рецепцию и интерпретацию научного интернет-текста пользователями, крайне слабо обсуждается в научной среде, однако требует пристального внимания.

Решение этой исследовательской проблемы предполагает применение нескольких

методов, направленных на получение трёх групп данных: информации о пользовательском опыте, сведений о стратегии чтения и данных о характере и точности понимания прочитанных текстов.

Цель настоящей статьи – представить алгоритм пилотного эксперимента, направленного на изучение закономерностей рецепции научных интернет-текстов пользователями в зависимости от объёма аффордансов, и обсудить предварительные результаты, полученные на данном этапе.

## МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Эксперимент состоял в следующем.

Двум группам испытуемых был предложен для чтения один и тот же научный текст. Однако группа 1 (экспериментальная,  $N = 8$ ) читала этот текст, снабжённый аффордансами и другими структурными и визуальными элементами (<https://sites.google.com/view/article2222/главная-страница>), а группа 2 (контрольная,  $N = 8$ ) читала линейный текст без визуальной составляющей, шрифтовых выделений, аффордансов (<https://sites.google.com/view/article1111/главная-страница>).

Гипотеза состояла в том, что на особенности рецепции и интерпретации научного интернет-текста будут влиять наличие или отсутствие его традиционных структурных элементов (аннотация, ключевые слова), аффордансов, визуальных якорей внимания (иконические элементы, шрифтовые и цветовые выделения, увеличенный кегль некоторых слов и т. п.).

Для проверки гипотезы был проведён окулографический эксперимент с помощью айтрекера, который сопровождался полужформализованным интервью. Также важным методом выступило прямое наблюдение за действиями испытуемых во время их взаимодействия с текстами.

Окулография выполнялась на основе айтрекинга – технологии отслеживания движений глаз человека, определения координат взора (пересечение оптической оси глазного яблока и плоскости исследуемого объекта), записи данных респондентов для дальнейше-

го исследования. С помощью айтрекера были получены данные о направлении взгляда испытуемого, локусе и длительности его зрительной фиксации. В нашем распоряжении был стационарный бесконтактный айтрекер Gaze Point GP 3 (рис. 1). Данный айтрекер отличается высокой чувствительностью, так как работает на основе метода яркого зрачка (соответствует т. н. «эффекту красных глаз» в фотографии), который даёт возможность вести точную запись результатов без учёта световых условий помещения (от яркого света до полумрака в момент проведения эксперимента) и физиологических особенностей испытуемых (цвета радужной оболочки, наличия линз, очков или яркой косметики и т. д.).

Сбор, обработка и категоризация данных айтрекинга зрительного поведения каждого испытуемого проводились с помощью программного обеспечения «Нейроиконика» с учётом трёх параметров.

1. Параметр «Движение взгляда» – карта паттернов фиксации движения глаз – позволяет проследить, в каком порядке



**Рис. 1.** Айтрекер, с помощью которого выполнялось исследование

**Fig. 1.** The eye tracker used to carry out the research

человек просматривал стимул, как двигался его взгляд, как долго задерживался на определённых элементах изображения, выводимого на экран компьютера.

2. Параметр «Тепловая карта» помогает отследить число фиксаций взгляда на различных частях стимула, показывает области прямого и периферийного взгляда. При этом на тестируемое изображение накладываются цветные пятна различного спектра (от «горячих» зон, подсвечиваемых красным цветом, до «холодных», выделяемых синим).

3. Параметр «Пчелиный рой» показывает области стимула, привлёкшие наибольшее внимание. По сути, представляет собой информацию о фокусе внимания респондента и позволяет проследить последовательность знакомства с элементами стимула и длительность зрительных фиксаций.

Совокупные данные по трём указанным параметрам могут дать представление о «слепых» зонах объекта-стимула, то есть о тех частях информационного продукта, которые остаются вне зоны внимания испытуемых.

Сбор окулографической информации и UX-данных проходил в ходе айтрекинга при взаимодействии респондентов двух групп с научными интернет-текстами; вербальные комментарии были получены в ходе полуструктурированных интервью. Задания и вопросы интервью для контрольной и экспериментальной групп респондентов были одинаковыми, как и условия проведения самого эксперимента.

До знакомства с текстом испытуемому задавался ряд вопросов, цель которых – выяснить, насколько респонденту интересна научная проблематика статьи, каков его опыт взаимодействия с научным интернет-текстом, а также какие медиа он предпочитает при таком взаимодействии.

Далее каждый испытуемый читал текст с дополнительными элементами или без них, в зависимости от того, в какую группу он был включён. До прочтения текста экспериментаторы формулировали задание – изложить содержание прочитанного текста в свободной манере. Во время чтения текста зрительные паттерны и фиксации респондента запи-

сывались айтрекером. Сразу после пересказа респонденту предлагались два простых задания по поиску информации в тексте с фиксацией затраченного времени: найти определение термина «активное долголетие», полученное в ходе социологического исследования; найти процентное соотношение мужчин и женщин, придерживающихся здорового режима питания.

Заключительный этап включал ещё одно полуструктурированное интервью, в котором респондент оценивал, насколько ему была интересна статья, и что запомнилось, новизну представленной в ней информации, удобство чтения. Последний вопрос представлял собой открытый запрос пожеланий респондентов к формату и содержанию публикации.

Интерпретация полученных данных строилась с опорой на три группы данных:

1) данные, полученные в ходе окулографии (куда смотрят/не смотрят респонденты в ходе зрительного взаимодействия с текстами, как часто смотрят, какова траектория взгляда);

2) UX-данные, полученные в ходе прямого наблюдения за значимыми действиями испытуемых, зафиксированными видеосъёмкой (клики, время просмотра фрагментов текста, количество возвратов по кликам или обратных прокруток в ходе чтения текстов);

3) данные, полученные в ходе полуструктурированного интервью (номинации, оценочные высказывания, модальные высказывания, соответствие пропозиций в ответах респондентов фактическому содержанию научных публикаций).

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

**Результаты анализа окулографических данных и пользовательского опыта.** Данные о визуальном поведении двух групп испытуемых (группа 1 – экспериментальная, группа 2 – контрольная) вносились в таблицы по следующим индикаторам:

- зрительный фокус внимания («горячие» и «слепые» зоны);
- траектория взгляда;
- паттерны зрительного поведения при взаимодействии с текстом, обладающим или



не обладающим аффордансами и иными визуальными составляющими;

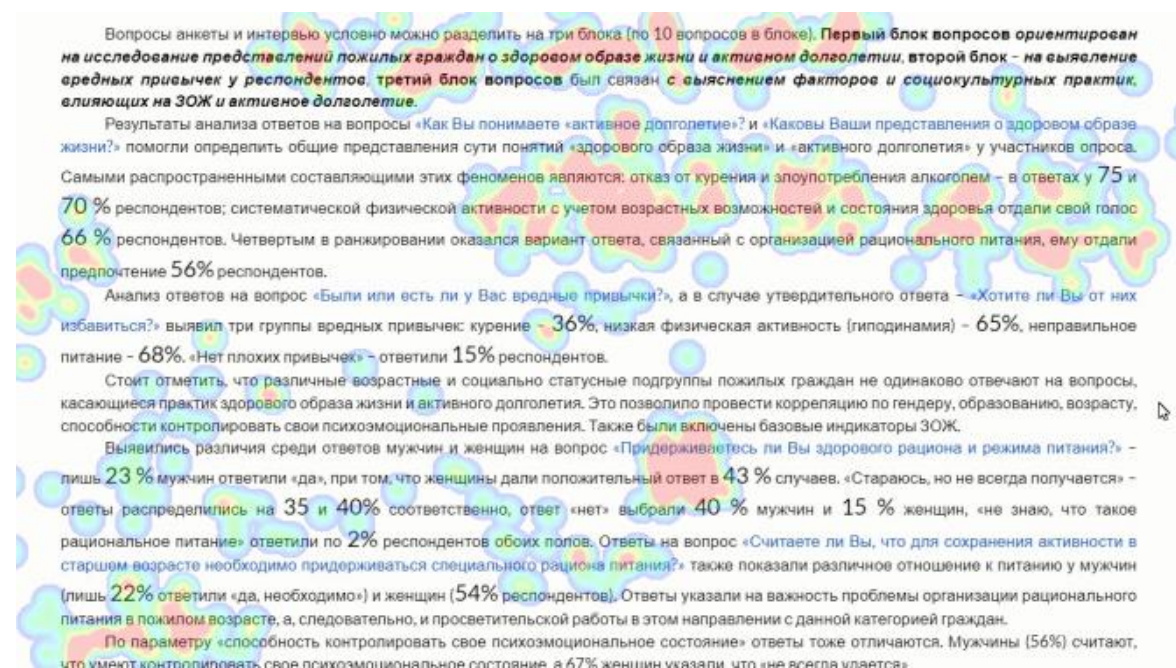
– UX-данные (клики, время чтения текста, время выполнения заданий по тексту, возвраты и обратные прокрутки текста, переходы по внешним ссылкам).

Мотивом чтения текста для группы 1 и группы 2 выступила просьба пересказать его основное содержание.

Итак, при первичном знакомстве с текстами экспериментальная группа (текст для неё содержал визуальные элементы и аффордансы) демонстрировала тенденцию к более фрагментарному и фокусированному зрительному восприятию его содержания, а испытуемые из контрольной группы читали текст последовательно, однако, пропускали целые его фрагменты. В качестве примеров рассмотрим суммарные изображения визуального поведения экспериментальной и контрольной группы по параметру «Тепловая карта» при чтении одного и того же фраг-

мента текста. Фрагменты были идентичны по содержанию, но оформлены по-разному с точки зрения наличия или отсутствия аффордансов. Можно заметить, что зоны внимания пользователей в основном сосредоточены на выделенных полужирных фрагментах текста и цифрах, данных укрупнённым кеглем (рис. 2). В то же время участники контрольной группы просматривали текст более последовательно, слева направо, без больших «слепых» пятен в начале абзаца, однако со значительным пробелом в следующей части текста (рис. 3).

При вторичном прочтении значимыми «якорями» внимания у экспериментальной группы оказались в первую очередь цифры, выделенные полужирным шрифтом и крупным кеглем, к которым респонденты возвращались перед выполнением задания – устным пересказом основного содержания текста (рис. 4).



**Рис. 2.** Визуализация параметра «Тепловая карта» для группы экспериментальной группы (группа 1). Первичное знакомство с текстом

**Fig. 2.** Visualization of the “Heat Map” parameter for the experimental group (Group 1). Initial acquaintance with the text



**Рис. 3.** Визуализация параметра «Тепловая карта» для контрольной группы (группа 2). Первичное знакомство с текстом

**Fig. 3.** Visualization of the “Heat Map” parameter for the experimental group (Group 2). Initial acquaintance with the text



**Рис. 4.** Визуализация параметра «Движение взгляда» для респондентов экспериментальной группы. Вторичное знакомство с текстом

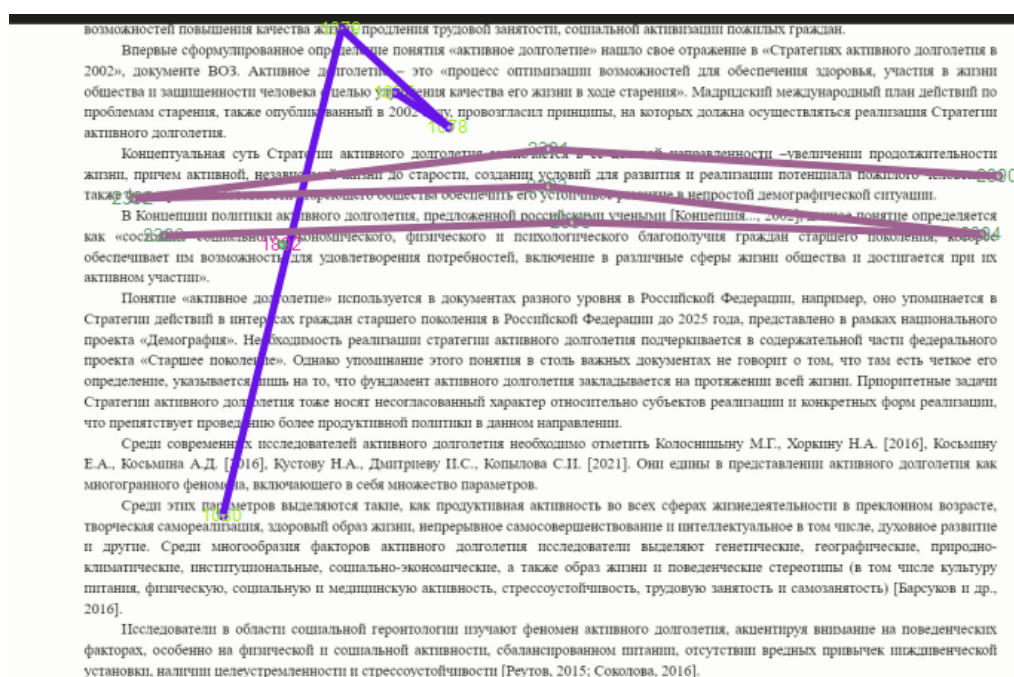
**Fig. 4.** Visualization of the “Gaze Movement” parameter for respondents in the experimental group. Secondary acquaintance with the text



Испытуемые контрольной группы приступали к его пересказу в основном после прочтения текста. Вторично текст просматривали немногие и обращались главным образом к вступительной части публикации, где был представлен обзор научной литературы по теме исследования (рис. 5). При этом респонденты скользили взглядом либо горизонтально по строчкам (лиловая линия на

рис. 5), либо вертикально, стремясь зрительно охватить фрагмент, где даётся определение ключевому понятию статьи (фиолетовая линия на рис. 5).

Для анализа «горячих» и «слепых» зон внимания мы составили таблицы, указав в них основные структурные элементы статей и подсчитав, сколько раз человек прочитывал их во время знакомства с текстами (рис. 6).



**Рис. 5.** Визуализация параметра «Движение взгляда» для респондентов контрольной группы. Вторичное знакомство с текстом

**Fig. 5.** Visualization of the “Gaze Movement” parameter for respondents in the control group. Secondary acquaintance with the text

Структурный элемент статьи	Группа 1 (экспериментальная), человек	Группа 2 (контрольная), человек
Автор	7	6
Заголовок	8	8
Аннотация	4	Отсутствовали в публикации
Ключевые слова	2	Отсутствовали в публикации
Введение	8	8
Методология	8	8
Основная часть	8	8
Заключение	6	8
Список литературы	2	1

**Рис. 6.** Распределение зрительных реакций респондентов на структурные элементы публикаций ( $R = 8$ )

**Fig. 6.** Distribution of visual reactions of respondents to structural elements of publications ( $R = 8$ )



**Рис. 7.** Фрагмент статьи для респондентов экспериментальной группы  
**Fig. 7.** Fragment of the article for respondents in the experimental group

Авторы публикации:  
**Свищева Ирина Константиновна**,  
старший преподаватель кафедры социальной работы, Белгородский государственный национальный исследовательский университет,  
г. Белгород, Россия. ORCID: 0000-0003-3240-3085.  
**Короткая Ирина Ивановна**,  
учитель СОШ № 49 с углубленным изучением отдельных предметов, г. Белгород, Россия

Статья в журнале "Научные результаты в социальной работе" (Вып. 1, 2022)

VK группа журнала

**Рис. 8.** Фрагмент статьи с аффордансами и иными визуальными элементами  
**Fig. 8.** Fragment of an article with affordances and other visual elements

Текст для экспериментальной группы, напротив, был наполнен графическими и визуальными элементами, важные части статьи (аннотация, ключевые слова, заключение и список литературы) были скрыты в выпадающих списках и требовали дополнительных усилий от респондентов – нажать на кнопку, раскрывающую полный текст (рис. 7).

«Горячими» для восприятия структурными элементами публикации являлись наименование авторов, заголовки публикации, методология исследования, основная часть публикации, содержащая результаты социологического исследования, а также заключение. На наш взгляд, это объясняется мотивом для прочтения статьи – пересказ её основного содержания.

«Слепой» зоной оказались аннотация и ключевые слова, список литературы, кару-

сель изображений (внимание обращали только на стартовое изображение), а также видео. Чаще всего испытуемые не дочитывали части текста целиком, а переходили к скроллингу после беглого знакомства с началом отдельных структурных элементов или абзацев (группа 2) или после знакомства с графически выделенными элементами статьи (группа 1). В публикации, где было необходимо вызвать основное содержание элемента текста дополнительным кликом, чаще всего респонденты его не делали, вероятно, считая, что это не особенно важная часть.

В текст статьи для группы 1 были включены ссылки на веб-сайт журнала, в котором был опубликован материал, и его группу в социальной сети «ВКонтакте» (рис. 8). Только один испытуемый перешёл на сайт журнала, и никто не перешёл на страницу груп-

пы. Можно предположить, что на поведение испытуемых могло повлиять оформление ссылок на сторонние ресурсы: возможно, они не были распознаны как ссылки (они не были выделены синим цветом, текст ссылки не имел характерного подчёркивания, при наведении мышки текст не менял свой цвет). Данное наблюдение требует дополнительных исследований.

Важным элементом оценки пользовательского опыта испытуемых является затраченное на знакомство со статьёй время, а также время на выполнение заданий по тексту публикации (рис. 9).

Перед началом эксперимента формулировался общий для контрольной и экспериментальной групп мотив – прочитать текст и пересказать его основное содержание. В среднем группа 1, читавшая текст со сложной семиотической организацией, потратила 6,4 минуты на его выполнение, а группа 2, знакомявшаяся с линейным и простым текстом, – 10,4 минуты. Это говорит о том, что дополнительные визуальные элементы и аффордансы влияют на скорость восприятия информации и помогают быстрее находить данные, однако, качество и эффективность восприятия информации требуют уточнения в ходе дальнейших исследований.

Вместе с тем выполнение заданий по поиску информации в тексте только частично подтвердило отмеченную нами корреляцию

между его оформлением и особенностями зрительного восприятия. Так, испытуемые должны были выполнить два задания (с замером времени их выполнения).

Задание 1. Найти в результатах социологического исследования, представленных в статье, что опрашиваемые понимали под термином активное долголетие.

Задание 2. Найти в тексте, сколько мужчин и женщин в процентном соотношении придерживаются здорового режима питания.

С первым заданием испытуемые из экспериментальной группы в среднем справлялись за 16,3 с, а из контрольной – за 24,3 с, что подтверждает нашу гипотезу о том, что визуально заметные элементы научного текста помогают не только лучше его понимать, но и повышают навигацию пользователей по нему. Однако результаты второго испытания, где группа 1 показала результат 13,3 с, а группа 2 – 8,9 с, оспаривают наш вывод. Судя по данным окулографии, обилие выделенного текста и укрупнённых цифр, за которые «цеплялся» взгляд пользователей, наоборот, замедляло поиск необходимой информации (рис. 10).

**Результаты анализа данных интервью.** Для анализа интервью были созданы 3 таблицы, отражающие разные стадии эксперимента. Ответы каждой группы испытуемых (группа 1 – экспериментальная, группа 2 – контрольная) вносились в свой набор таблиц.

Респондент (R)	Группа 1			Группа 2		
	t чтения статьи (мин)	t 3. 1 (с)	t 3. 2 (с)	t чтения статьи (мин)	t 3. 1 (с)	t 3. 2 (с)
R1 (Александра/Дарья)	10	6	4	15	47	3
R2 (Светлана/Сергей К.)	7	27	11	7	16	12
R3 (Лилия/Алина)	5	25	7	8	8	7
R4 (Родион/Сергей Б.)	7	14	33	10	42	12
R5 (Ирина Д./Марина)	5	12	5	16	10	2
R6 (Ирина Ч./Татьяна)	5	6	6	8	4	17
R7 (Алёна/Александра)	7	30	38	8	29	10
R8 (Кира/Лера)	5	10	2	11	39	8

**Рис. 9.** Время, затраченное респондентами группы 1 и 2 на знакомство со статьёй и поиск запрашиваемой информации по её тексту

**Fig. 9.** Time spent by respondents of groups 1 and 2 getting acquainted with the article and searching for the requested information in its text



**Научные результаты и дискуссия**

Вопросы анкеты и интервью условно можно разделить на три блока (по 10 вопросов в блоке). **Первый блок вопросов ориентирован на исследование представлений пожилых граждан о здоровом образе жизни и активном долголетии, второй блок – на выявление вредных привычек у респондентов, третий блок вопросов был связан с выяснением факторов и социокультурных практик, влияющих на ЗОЖ и активное долголетие.**

Результаты анализа ответов на вопросы «Как Вы понимаете «активное долголетие»? и «Каковы Ваши представления о здоровом образе жизни?» помогли определить общие представления сути понятий «здорового образа жизни» и «активного долголетия» у участников опроса. Самыми распространенными составляющими этих феноменов являются: отказ от курения и злоупотребления алкоголем – в ответах у 75 и 70 % респондентов; систематической физической активности с учетом возрастных возможностей и состояния здоровья отдали свой голос 66 % респондентов. Четвертым в ранжировании оказался вариант ответа, связанный с организацией рационального питания, ему отдали предпочтение 56% респондентов.

Анализ ответов на вопрос «Были или есть ли у Вас вредные привычки?», а в случае утвердительного ответа – «Хотите ли Вы от них избавиться?» выявил три группы вредных привычек: курение – 36%, низкая физическая активность (гиподинамия) – 65%, неправильное питание – 68%. «Нет плохих привычек» – ответили 15% респондентов.

Стоит отметить, что различные демографические и социально-статусные подгруппы пожилых граждан не одинаково отвечают на вопросы, касающиеся практик здорового образа жизни и активного долголетия. Также были выявлены корреляции по полу, возрасту, образованию, месту жительства. В частности, мужчины чаще, чем женщины, указывали на курение как на вредную привычку. Среди женщин чаще, чем среди мужчин, отмечалось употребление алкоголя. Также были включены базовые индикаторы ЗОЖ.

Выявились различия среди ответов мужчин и женщин на вопрос «Получаете ли Вы здорового рациона и режима питания?» – лишь 23 % мужчин ответили «да», при том, что женщины дали положительный ответ в 43 % случаев. «Стараюсь, но не всегда получается» – ответы распределились на 35 и 40% соответственно, тогда как мужчины 40 % мужчин и 15 % женщин, «не знаю, что такое рациональное питание» ответили по 2% респондентов обоих полов. Ответы на вопрос «Считаете ли Вы, что для сохранения активности в старшем возрасте необходимо придерживаться специального рациона питания?» также показали различное отношение к питанию у мужчин (лишь 22% ответили «да, необходимо») и женщин (54% респондентов). Ответы указали на важность проблемы организации рационального питания в пожилом возрасте, а следовательно, и просветительской работы в этом направлении с данной категорией граждан.

По параметру «Способность контролировать свое психоэмоциональное состояние» ответы тоже отличаются. Мужчины (56%) считают, что умеют контролировать свое психоэмоциональное состояние, а 67% женщин указали, что «не всегда удается».

Злоупотребление алкоголем и курение в качестве вредных привычек в ответах женщин указывались реже, чем в ответах мужчин.

**Рис. 10.** Визуализация параметра «Движение взгляда» для R4 группы 1  
**Fig. 10.** Visualization of the “Gaze Movement” parameter for R4 group 1

		R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8
1	Интересна ли тематика	В целом да. Глубже копнула бы.	Нет, на 3.	Да	Не очень.	нет	Нет.	да	Зависит от узкой темы
2	Что такое социальная работа	Был социальный проект (нет курению, алкоголю, абортгам). ЗОЖ.	Работа с людьми.	Помощь детям из проблемных семей, подросткам в сложных ситуациях, организациям, которые работают с такими людьми.	Волонтерство. Экологическая организация, приют для собак ездили.	Социальный педагог в школе. Организация, которая помогает людям, нуждающимся.	Работа с молодежью, проблемными семьями, детьми из не очень хорошей семьи.	Оказание помощи всем категориям населения (соц. реабилитация, соц. поддержка, психолог, соц. защита, пенсионный фонд).	Работа с людьми, социологи, организация работы с молодежью.
3	Где и в каком виде читаете статьи	В электронном (Киберленинка). Предпочитаю эд.	В интернете (Киберленинка), научный журнал для студентов, обложки прикольные. Предпочтение печатный, можно пометки делать. В эд – скачиваю, выделяю в ворде. Или	В интернете. Удобство, простота, намного проще найти, приобрести, журнал какой-то открыть. Можно в поездке какой-то,	В интернете. Проще искать актуальные статьи не выходя из дома. Выбор – печатный, т.к. можно делать пометки, выделять.	В интернете. Печатные варианты не покупаю. Выбор – печатный, так удобнее, меньше вред глазам, на бумажном носителе.	В интернете, они все там, найти проще. Печатный надо купить или получить. А так зашел – нашел и читаешь. Предпочт. эд, так	В интернете. Чаще попадаются. Печатный – надо идти в библиотеку, а есть электронный. Бумажный удобнее, пощупать, полистать, вернуться.	В интернете, так удобнее. В комп. можно отметить, выделить, а печатная книга – тебе вручную нужно будет записать в

**Рис. 11.** Фрагмент таблицы 1 с данными интервью до окулографии (группа 1)  
**Fig. 11.** Fragment of table 1 with interview data before oculography (group 1)

Табл. 1 (рис. 11) содержит вопросы, которые были заданы респондентам до проведения окулографии.

1. Интересная ли вам научная проблематика в области социальной работы?
2. Как вы понимаете, что такое социальная работа?

3. В каком виде вы чаще всего читаете научные статьи – печатные или в Интернете?

4. Если в Интернете, то с какого устройства вы чаще всего читаете научные статьи – ноутбук (ПК), планшет, мобильный телефон?

Ответы (основная информация) вносились в соответствующие графы для разных респондентов (рис. 11).

Ответы на эти вопросы позволяют установить степень знакомства респондента с тематикой научной статьи, что в итоге может повлиять на характер восприятия текста (глубину и точность понимания). Кроме того, ответы дают возможность определить установки респондентов относительно готовности взаимодействия с электронными устройствами и электронными текстами.

Результаты пилотного исследования показывают, что существенные различия между установками респондентов в двух группах отсутствуют. Интерес к проблематике социальной работы – тематической области статьи – в обеих группах был одинаков: примерно половина респондентов в обеих группах в той или иной мере интересовалась обозначенной тематикой, и почти все испытуемые смогли обозначить те или иные аспекты социальной работы. Так, в качестве объектов социальной работы называются, в частности, инвалиды, люди без определённого места жительства, многодетные семьи, пожилые люди, неблагополучные граждане, граждане в неблагоприятных жизненных обстоятельствах, дети из проблемных семей, подростки в сложных ситуациях. Все респонденты в обеих группах имели опыт работы с научными статьями в электронном виде, а в числе достоинств электронного формата называли удобство (*не надо никуда ходить; загрузил, открыл, прочитал; проще искать*), мобильность, экономичность (*печать дорогая, проще в Интернете; печатный надо купить*). В то же время многие опрошенные выразили желание работать с бумажным текстом, если такая возможность существует: *можно пометки делать; можно галочкой отметить, подчеркнуть; можно лежать; меньше вред глазам; бумажный удобнее пощупать, полистать, вернуться; мне нравится перелисты-*

*вать; печатный лучше воспринимается; лучше усваивается информация.*

Выбор устройства респондентами в значительной мере обусловлен видом деятельности. Для работы они предпочитают ноутбук: *с телефона больше научно-популярное, а с компьютера статьи, которые касаются диплома, курсовых; найти и просмотреть на телефоне, а потом на компьютере; на телефоне маленький экран, можно пробежаться, но читать – ноутбук; на телефоне только экстренно; если делаю домашнее задание, то через ноутбук; с ноутбука больше концентрируюсь, а с телефоном сел, лёг и на третьем абзаце ты уже не понимаешь, о чём ты читаешь.*

Табл. 2 (рис. 12) составлена на основе текста научной статьи об активном долголетии (далее – АД) «Реализация стратегии активного долголетия в практике социальной работы с пожилыми гражданами», предложенной респондентам для прочтения. Она охватывает все структурно-содержательные элементы статьи, а также наиболее важные положения, изложенные в этом научном тексте. Для составления таблицы в тексте статьи выделялись структурно-семантические блоки, в рамках которых далее отмечались подтемы или тезисы. Табл. 2 включает в порядке изложения в оригинальном тексте следующие графы:

- суть категории «активное долголетие» и перечисленные нормативные составляющие (9 составляющих);
- факторы активного долголетия (7 факторов);
- тезис «Активное долголетие не равно здоровому старению» и уточняющий его тезис «Политика была ориентирована на медицинское обеспечение и решение проблем естественного старения населения»;
- тезис: Основная роль в реализации политики АД отводится государству;
- тематика сопряжённых социологических исследований (4 темы);
- цель исследования, проводимого авторами статьи;
- гипотеза исследования;
- методика исследования;

		R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8
	<b>ОБСУЖДАЕМЫЕ АСПЕКТЫ</b>								
1	<b>Суть категория «активное долголетие»</b>	+							+
	- защищенность								Упоминает, определяет, без рецепции.
	- увеличения продолжительности жизни								
	- сохранение активности			+					
	- реализации потенциала/саморазвитие	+		+					
	- удовлетворение потребностей								
	- здоровый образ жизни								
	- духовное развитие			+					
	- соц., экон., физич. психол. благополучие			+	+				
	- продолжительная трудовая занятость								
2	<b>Факторы активного долголетия</b>								
	- генетические								
	- географические								
	- природно-климатические								

**Рис. 12.** Фрагмент таблицы 2 с данными пересказа содержания (группа 1)**Fig. 12.** Fragment of table 2 with content retelling data (group 1)

- тематическое содержание опроса, проведённого авторами статьи;
- результаты исследования (9 пунктов);
- основные направления реализации стратегии АД (8 направлений).

Кроме того, отведена отдельная графа для пометок, касающихся использования языка статьи, то есть употребления тех специфических лексем и лексических единиц, встречающихся в тексте научной статьи. Такие лексические единицы можно условно отнести к двум группам: 1) отражающим суть представленной в статье проблемы (ключевое сочетание «активное долголетие», геронтология, гериатрические службы, пожилые граждане, здоровый образ жизни); 2) своего рода метатекстовые маркеры, определяющие жанровую принадлежность текста как научная статья (исследование, анкетирование, опрос, интервью, респондент, аннотация, литература).

С составлением списков таких лексем связана следующая методологическая проблема. Использование респондентами слов из статьи выступает сигналом усвоения ин-

формации, однако, не представляется возможным составить точные списки лексем предварительно, и они формируются при прослушивании интервью, достраиваются в ходе сбора и первичной обработки данных и с учётом неучтённого ранее. В ходе дальнейшей работы предполагается уточнить методику составления подобных списков.

При обработке результатов отражённая в интервью информация помечалась в таблице знаком «+», и кроме того вносились отдельные комментарии, в которых отмечалась специфика рецепции текста тем или иным респондентом.

В табл. 3 вносились ответы респондентов на вопросы, заданные после эксперимента (Интересно ли было читать? Что нового узнали? Что запомнилось? Удобно ли было читать? Что нужно убрать из статьи или добавить в неё?).

Поскольку задача нашего исследования состоит в том, чтобы выявить различия в рецепции текста разными группами респондентов – читающими текст с аффордансами (группа 1) и текст без аффордансов (группа

2), отметим некоторые *предварительные результаты*, показывающие результаты двух групп в сопоставлении.

Что касается передачи цели исследования, представленного в научном тексте, то результаты примерно одинаковые в обеих группах – все респонденты из обеих групп отметили её в своих высказываниях в ходе интервью. При этом, однако, респонденты выводят на первый план разные характеристики исследования и иногда даже подменяют категории. В научной статье *цель исследования* заявлена как «изучение представлений пожилых граждан г. Белгорода о факторах активного долголетия и здорового образа жизни». Однако в интервью мы обнаруживаем такие «сдвиги» в интерпретации, как:

- акцент на географическом факторе (г. Белгород), но удаление возрастного фактора;
- расширение географического признака до масштабов России;
- акцент на гендерных различиях;
- расширение категории граждан до обобщающего «люди»;
- перенос акцента с возрастного признака (пожилые граждане) на социальный статус (пенсионеры).

Такие смысловые трансформации характерны в равной степени для обеих групп.

Кроме того, у обеих групп полностью выпадает из пересказа содержания блок «Тематика социологических исследований», который содержал информацию об основных направлениях научных исследований по теме.

В то же время респонденты группы 1 в целом продемонстрировали более полное и точное понимание содержания публикации:

- назвали некоторые составляющие активного долголетия (респонденты группы 2 не обратились в свободном пересказе к этой категории);
- 4 респондента в группе 1 точно передали один из ключевых тезисов статьи «Активное долголетие не равно здоровому старению», тогда как в группе 2 только один респондент верно отметил различие (*активное долголетие – более многомерная штука*), а двое исказили тезис до противоположности;

– 4 респондента в группе 1 отметили государственный уровень проблемы, тогда как в группе 2 только один человек обратил внимание на этот тезис.

Также важно отметить, что в интервью после эксперимента респонденты группы 2 отмечали недостатки формата статьи и выражали пожелания к нему: *не было картинок, тяжело читать сплошной текст, и инфографики не было представлено; добавила бы визуализации; добавить диаграммы, было бы понятнее и нагляднее; некоторое пролистывала, потому что было тяжело сплошной текст; Я бы добавила картинки и сделала разделения.*

При том, что респонденты группы 1 делали некоторые предложения по улучшению вёрстки (*Изменила бы вёрстку (поля, табы). Поменьше сделать интервал; текст крупный, непонятно, зачем цифры были гораздо больше*), половина из них посчитала текст достаточно удобным для чтения и восприятия. Иными словами, текст с аффордансами в целом воспринимался более позитивно.

Видим по высказываниям, что респонденты напрямую связывают характер восприятия текста с форматом статьи и ожидают обнаружить в научном тексте средства визуализации и инфографику.

В дальнейшем при накоплении достаточного массива материала можно будет сделать более точные выводы о характере взаимосвязи между форматом научного текста и его восприятием, включая точность, полноту информации и тенденции в искажении материала.

## ВЫВОДЫ

В результате пилотного экспериментального исследования мы смогли прийти к ряду выводов методологического и содержательного характера.

С методологической точки зрения дальнейшее комплексное исследование рецепции научного интернет-текста должно выстраиваться с учётом следующих обстоятельств и требований.

Во-первых, необходима обоснованная интерпретационная модель, позволяющая



соотносить данные разного характера: окулографические и UX-данные рецепции текста и взаимодействия с ним, с одной стороны, и вербальные высказывания о содержании текста и метатекстового характера – с другой.

На наш взгляд, эта модель может строиться с учётом двух ключевых переменных и соотношения их значений: *зрительная фиксация на элементе текста / поведенческая реакция на него* и *вербальная репрезентация элемента текста*. Представляется возможным построить следующую систему координат, с помощью которой можно соотнести данные окулографии / UX-анализа и интервью. В её основе могут быть следующие индикаторы: 1) элемент текста стал или не стал объектом зрительного восприятия (фиксация не менее 3 секунд) / поведенческой реакции (например, клик) и 2) элемент текста стал или не стал объектом вербальной репрезентации (был упомянут в ходе интервью). Таким образом, мы можем выделить следующие варианты соотношения данных:

1) элемент текста увиден / с элементом было взаимодействие – элемент был упомянут в интервью;

2) элемент текста увиден / с элементом было взаимодействие – элемент не был упомянут в интервью;

3) элемент текста не был увиден / с элементом не было взаимодействия – элемент был упомянут в интервью;

4) элемент текста не был увиден / с элементом не было взаимодействия – элемент не был упомянут в интервью.

Мы полагаем, что данная система координат может быть применена для оценки степени заинтересованности пользователем тем или иным элементом научного текста. Отметим, что речь в нашем случае идёт не о концептуальных или семантических элементах (концепты, понятия, идеи), а о структурно-композиционных элементах. Анализ рецепции концептуально-семантических категорий научного интернет-текста предполагает применение иных исследовательских методик и не является на данном этапе объектом нашего интереса.

Отметим также, что указанный выше вариант 3 – это достаточно интересное явление

«домысливания» содержания текста со стороны читателя. Мы частично описывали этот феномен в наших предыдущих исследованиях, посвящённых анализу интерпретации реципиентами мультимодальных медиатекстов [21], однако, реализация этой модели восприятия и понимания научного интернет-текста требует дальнейшего уточнения.

Ещё одно важное обстоятельство, которое связано с этой моделью и которое необходимо учитывать на дальнейших этапах исследования, – влияние так называемого «когнитивного бэкграунда» на тактики рецепции и модель взаимодействия с текстом. Читатель может пропускать существенные фрагменты текста (соответственно, зрительная фиксация на них отсутствует) не потому, что они ему не интересны, а потому, что они ему представляются очевидными, само собой разумеющимися, знакомыми, исходя из его личного академического опыта. Соответственно некоторые уточняющие вопросы о том, что показалось очевидным в тексте, необходимо включить в интервью.

Методологически важной является формулировка задания для испытуемых, ход и результат выполнения которого помог бы исследователям существенно ограничить сегменты эмпирического материала, требующие внимания. Данные айтрекинга в значительной степени насыщены и разнообразны, и чёткое позиционирование локусов исследования (например, на конкретных словах, структурных элементах текста или аффордансах) позволит существенно упростить задачу категоризации и концептуализации данных.

С точки зрения обработки данных интервью, предстоит уточнить методику составления списка лексем, отражающих содержание прочитанного текста в речи респондентов, а также более точно определить принципы соотношения вербальных данных и результатов UX-анализа.

Во-вторых, предварительные результаты нашего исследования позволяют сформулировать гипотезу о корреляции между опытом чтения научных текстов и характером их рецепции и интерпретации, а также между опытом интернет-коммуникации и интен-



сивностью использования аффордансов. Соответственно, эти признаки выборки должны лечь в основу формирования выборочной совокупности следующего этапа исследования.

В-третьих, технические сложности и физиологические особенности (подвижность испытуемых во время эксперимента, отвлекающие факторы окружающей среды, например, шум и разговоры, большой объём текстов, отчего респонденты уставали и отвлекались во время чтения, незаинтересованность темой публикации, отсутствие в тексте с результатами социологического исследования диаграмм). В дальнейших исследованиях следует проводить более детальный инструктаж испытуемых об особенностях работы айттрекера, это позволит исключить отсутствие записи фиксации зрительных реакций. Также стоит попробовать исключить посторонние шумы во время проведения эксперимента, так испытуемый будет меньше отвле-

каться во время чтения. Текст, насыщенный элементами, для следующего этапа исследования следует конструировать с учётом пожеланий, полученных в ходе интервью (уменьшить длину строк, добавить больше «воздуха» между значимыми элементами текста, подобрать или создать изображения, тесно связанные с содержанием публикации, уменьшить количество шрифтовых и цветовых выделений фрагментов).

Наконец, не стремясь к широким обобщениям, мы уже на материале пилотного исследования можем отметить, что текст с аффордансами воспринимается респондентами более позитивно с точки зрения трансляции информации, а текст без аффордансов вызывает целый ряд претензий к его формату. Респонденты, читавшие текст с аффордансами, в результате демонстрируют более точное понимание смысла, что продемонстрировано в данных интервью.

#### Список источников

1. Кресс Г. Социальная семиотика и вызовы мультимодальности // Политическая наука. 2016. № 3. С. 77-100. <https://elibrary.ru/xcgbm>
2. Кожемякин Е.А., Дубровская Т.В. Научный интернет-текст как семиотический объект: постановка проблемы для мультимодального анализа // Динамика медиасистем. 2023. Т. 3. № 1. С. 163-171. <https://elibrary.ru/oedial>
3. Дементьев В.В. Жанры и цифровизация словесности (РИНЦ и РЖ) // Русские речевые жанры. М.: Изд. дом ЯСК, 2022. С. 729-735.
4. Качмазова А.У. Креолизованный текст как жанр интернет-дискурса // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2016. № 3 (23). С. 108-110. <https://elibrary.ru/xbeuqp>
5. Клушина Н.И., Барышева С.Ф., Николаева А.В., Малыгина Л.Е. Стилистические доминанты интернет-коммуникации // Актуальные проблемы стилистики. 2020. № 6. С. 136-144. <https://elibrary.ru/kcaiy0>
6. Тошнович Б. Интернет-стилистика. М.: Флинта: Наука, 2015. 238 с.
7. Шуйская Ю.В. Структура текста в интернет-формате (на примере интернет-версии журналов «9 месяцев» и «Мама и малыш») // XXI век: итоги прошлого и проблемы настоящего плюс. 2014. № 4 (20). С. 381-384. <https://elibrary.ru/szlhzd>
8. Ануфриева А.А., Горбунова Е.С. Аффордансы как часть процесса идентификации объекта в зрительном поиске // Российский психологический журнал. 2022. Т. 19. № 2. С. 188-200. <https://doi.org/10.21702/rpj.2022.2.14>, <https://elibrary.ru/mdsvsu>
9. Дзялошинский И.М. Аффордансы информационно-коммуникационного универсума, или Кто стоит за спиной массмедиа // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2021. Т. 26. № 1. С. 92-98. <https://doi.org/10.22363/2312-9220-2021-26-1-92-98>, <https://elibrary.ru/ynqurc>
10. Зверева Е.А., Стрыгина О.А. Трансформация авторства в сетевых медиа // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2022. № 4 (46). С. 123-132. <https://doi.org/10.47475/2070-0695-2022-10416>, <https://elibrary.ru/klpujy>
11. Степановских К.О. Влияние задачи и прошлого опыта на восприятие аффордансов // Психология познания: сб. материалов Всерос. науч.-практ. конф. памяти Дж.С. Брунера / отв. ред. И.Ю. Владимиров, С.Ю. Коровкин. Ярославль: ООО «Филигрань», 2023. С. 305-309. <https://elibrary.ru/eqwbhg>

12. Христофорова Н.И. Адресованность в электронном научно-популярном тексте с невербальной составляющей // Мир науки, культуры, образования. 2020. № 1 (80). С. 277-280. <https://doi.org/10.24411/1991-5497-2020-00112>, <https://elibrary.ru/izumet>
13. Человек и его дискурс – 6: дигитализация коммуникативных практик / отв. ред. М.Р. Желтухина. Москва; Волгоград: ООО «ПринТерра-Дизайн», 2020. 384 с. <https://elibrary.ru/tpunfo>
14. Бочарова А.В. Особенности симбиотических отношений вербальной и невербальной знаковых систем в контексте интернет-коммуникации // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 7-2 (61). С. 56-60. <https://elibrary.ru/wbcswj>
15. Масланов Е.В., Фейгельман А.М. Неявное знание в интернет-коммуникации: интерфейс как механизм производства неявного знания // Вестник Томского государственного университета. 2020. № 460. С. 77-83. <https://doi.org/10.17223/15617793/460/9>, <https://elibrary.ru/zyjnax>
16. Медведева А.Р. Аффордансы интерфейса культурно-просветительской журналистики (на примере сайта «Арзамас») // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2021. № 2 (40). С. 115-120. <https://doi.org/10.47475/2070-0695-2021-10213>, <https://elibrary.ru/urjalc>
17. Щекотуров А.В. Интерфейс социальных сетей как репрезентация культурных смыслов // Слово.ру: балтийский акцент. 2018. Т. 9. № 4. С. 43-53. <https://doi.org/10.5922/2225-5346-2018-4-4>, <https://elibrary.ru/yypeyot>
18. Трофимова О.В., Набиева Е.А. Исследование сетевого просветительского жанра на примере медиа-проекта Newtonew // Медиалингвистика. 2018. Т. 5. № 3. С. 314-329. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2018.305>, <https://elibrary.ru/ywwwnzb>
19. Самсонова А.А. Возражение в продвигающем научно-популярном гипермедиатексте // Коммуникация в современном мире: материалы Междунар. науч.-практ. конф. исследователей и преподавателей журналистики, рекламы и связей с общественностью. Ч. 1. Воронеж: Воронеж. гос. ун-т, 2023. С. 146-148. <https://elibrary.ru/zdfits>
20. Христофорова Н.И. Видеовербальный электронный научно-популярный текст как целостное информационное пространство // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки. 2021. № 1. С. 182-185. <https://doi.org/10.37882/2223-2982.2021.01.36>, <https://elibrary.ru/eoqhzn>
21. Белоедова А.В., Кожемякин Е.А., Тяжлов Я.И. Влияние вербального комментария на интерпретацию визуального медиасообщения: мультимодальный подход // Медиалингвистика. 2020. Т. 7. № 4. С. 445-461. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2020.406>, <https://elibrary.ru/iltvyp>

## References

1. Kress G. Social semiotics and the challenge of multimodality. *Politicheskaya nauka = Political Science*, 2016, no. 3, pp. 77-100. (In Russ.) <https://elibrary.ru/xcgbmf>
2. Kozhemyakin E.A., Dubrovskaya T.V. Academic web text as a semiotic object: a problem for the multimodal analysis. *Dinamika mediasistem = Dynamics of Media Systems*, 2023, vol. 3, no. 1, pp. 163-171. (In Russ.) <https://elibrary.ru/oedial>
3. Dement'ev V.V. Zhanry i tsifrovizatsiya slovesnosti (RINTs i RZh) [Genres and digitalization of literature (RSCI and RJ)]. *Russkie rechevye zhanry* [Russian Speech Genres]. Moscow, Languages of Slavic Cultures Publishing House, 2022, pp. 729-735. (In Russ.)
4. Kachmazova A.U. Creolized text as a genre of internet discourse. *Aktual'nye problemy filologii i pedagogicheskoi lingvistiki = Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics*, 2016, no. 3 (23), pp. 108-110. (In Russ.) <https://elibrary.ru/xbeuqp>
5. Klushina N.I., Barysheva S.F., Nikolaeva A.V., Malygina L.E. Web communication stylistic dominants. *Aktual'nye problemy stilistiki = Actual Problems of Stylistics*, 2020, no. 6, pp. 136-144. (In Russ.) <https://elibrary.ru/kcaiyo>
6. Toshovich B. *Internet-stilistika* [Web Stylistic]. Moscow, Flinta, Nauka Publ., 2015, 238 p. (In Russ.)
7. Shuiskaya Yu.V. The structure of the text in the internet format (on the example of the internet form of magazines "9 months" and "Mom and baby"). *XXI vek: itogi proshlogo i problemy nastoyashchego plyus = XXI Century: Resumes of the Past and Challenges of the Present Plus*, 2014, no. 4 (20), pp. 381-384. (In Russ.) <https://elibrary.ru/szlhzd>

8. Anufrieva A.A., Gorbunova E.S. Affordances as part of the process of object identification in visual search. *Rossiiskii psikhologicheskii zhurnal = Russian Psychological Journal*, 2022, vol. 19, no. 2, pp. 188-200. (In Russ.) <https://doi.org/10.21702/rpj.2022.2.14>, <https://elibrary.ru/mdsvsu>
9. Dzyaloshinskii I.M. The affordances of the information and communication universe, or who is behind the mass media. *Vestnik Rossiiskogo universiteta družby narodov. Seriya: Literaturovedenie. Zhurnalistika = RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 2021, vol. 26, no. 1, pp. 92-98. (In Russ.) <https://doi.org/10.22363/2312-9220-2021-26-1-92-98>, <https://elibrary.ru/ynqurc>
10. Zvereva E.A., Strygina O.A. Transformation of authorship in network media. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya = Sign: Problematic Field in Mediaeducation*, 2022, no. 4 (46), pp. 123-132. (In Russ.) <https://doi.org/10.47475/2070-0695-2022-10416>, <https://elibrary.ru/klpujy>
11. Stepanovskikh K.O. Vliyanie zadachi i proshlogo opyta na vospriyatie affordansov [The influence of task and past experience on the perception of affordances]. In: Vladimirov I.Yu., Korovkin S.Yu. (executive ed.). *Sbornik materialov Vserossiiskoi nauchnoi konferentsii pamyati Dzh.S. Brunera «Psikhologiya poznaniya»* [Proceedings of the All-Russian Scientific Conference in memory of J.S. Bruner "Psychology of Cognition"]. Yaroslavl, LLC Filigran, 2023, pp. 305-309. (In Russ.) <https://elibrary.ru/eqwbhg>
12. Khristoforova N.I. The category of addressing in electronic popular scientific text with a non-verbal component. *Mir nauki, kul'tury, obrazovaniya = World of Science, Culture, Education*, 2020, no. 1 (80), pp. 277-280. (In Russ.) <https://doi.org/10.24411/1991-5497-2020-00112>, <https://elibrary.ru/izumet>
13. Zheltukhina M.R. (executive ed.). *Chelovek i ego diskurs – 6: digitalizatsiya kommunikativnykh praktik* [Person and his Discourse – 6: Digitalisation Ofcommunicative Practicies]. Moscow, Volgograd, LLC PrinTerra-Dizain, 2020, 384 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/tpunfo>
14. Bocharova A.V. Peculiarities of symbiotic relationship of verbal and non-verbal sign systems in the context of internet communication. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki = Philology. Theory & Practice*, 2016, no. 7-2 (61), pp. 56-60. (In Russ.) <https://elibrary.ru/wbcswj>
15. Maslanov E.V., Feigel'man A.M. Tacit knowledge in internet communication: interface as a machine for tacit knowledge production. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta = Tomsk State University Journal*, 2020, no. 460, pp. 77-83. (In Russ.) <https://doi.org/10.17223/15617793/460/9>, <https://elibrary.ru/zyjnx>
16. Medvedeva A.R. Interface affordance of cultural and educational journalism (on the example of the "Arzamas"). *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya = Sign: Problematic Field in Mediaeducation*, 2021, no. 2 (40), pp. 115-120. (In Russ.) <https://doi.org/10.47475/2070-0695-2021-10213>, <https://elibrary.ru/urjalc>
17. Shchekoturov A.V. Social media interfaces as a representation of cultural meanings. *Slovo.ru: baltiiskii aktsent = Slovo.ru: Baltic Accent*, 2018, vol. 9, no. 4, pp. 43-53. (In Russ.) <https://doi.org/10.5922/2225-5346-2018-4-4>, <https://elibrary.ru/yypeyot>
18. Trofimova O.V., Nabieva E.A. the research of enlightening network genre by media-project Newtonew. *Medialingvistika = Media Linguistics*, 2018, vol. 5, no. 3, pp. 314-329. (In Russ.) <https://doi.org/10.21638/spbu22.2018.305>, <https://elibrary.ru/ywwnzb>
19. Samsonova A.A. Vozrazhenie v prodvigayushchem nauchno-populyarnom gipermediatekste [Objection in a promoting popular science hypermedia text]. *Materialy Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii issledovatelei i prepodavatelei zhurnalistiki, reklamy i svyazei s obshchestvennost'yu «Kommunikatsiya v sovremennom mire»* [Proceedings of the International Scientific and Practical Conference of Researchers and Teachers of Journalism, Advertising and Public Relations "Communication in the Modern World"]. Voronezh, Voronezh State University Publ., 2023, pt. 1, pp. 146-148. (In Russ.) <https://elibrary.ru/zdfits>
20. Khristoforova N.I. Video-verbal electronic popular science text as an integral information space. *Sovremennaya nauka: aktual'nye problemy teorii i praktiki. Seriya: Gumanitarnye nauki Modern Science: Actual Problems of Theory and Practice. Series: Humanities*, 2021, no. 1, pp. 182-185. (In Russ.) <https://doi.org/10.37882/2223-2982.2021.01.36>, <https://elibrary.ru/eoqhzn>
21. Beloedova A.V., Kozhemyakin E.A., Tyazhlov Ya.I. Impact of verbal comment on interpretation of visual message: multimodal approach. *Medialingvistika = Media Linguistics*, 2020, vol. 7, no. 4, pp. 445-461. (In Russ.) <https://doi.org/10.21638/spbu22.2020.406>, <https://elibrary.ru/iltvyp>

### Информация об авторах

**Белоедова Анна Викторовна**, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры коммуникативистики, рекламы и связей с общественностью, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0002-9766-270X>, [beloedova@bsu.edu.ru](mailto:beloedova@bsu.edu.ru)

**Вклад в статью:** идея, анализ литературы, работа с первичным материалом, сбор данных, выполнение эксперимента, анализ данных, написание части текста статьи.

**Дубровская Татьяна Викторовна**, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры коммуникативистики, рекламы и связей с общественностью, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Российская Федерация; заведующая кафедрой «Английский язык», Пензенский государственный университет, г. Пенза, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0003-0044-6056>, [dubrovskaya@bsu.edu.ru](mailto:dubrovskaya@bsu.edu.ru)

**Вклад в статью:** идея, выполнение эксперимента, обработка и редактирование материала, анализ полученных результатов, анализ данных, написание части текста статьи.

**Кожемякин Евгений Александрович**, доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой коммуникативистики, рекламы и связей с общественностью, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Российская Федерация; директор центра развития научных компетенций Школы коммуникаций факультета креативных индустрий, Высшая школа экономики, г. Москва, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0003-2991-1011>, [kozhenyakin@bsu.edu.ru](mailto:kozhenyakin@bsu.edu.ru)

**Вклад в статью:** идея, разработка дизайна исследования, выполнение эксперимента, анализ данных, написание части текста статьи, окончательное одобрение рукописи.

**Тяжлов Ян Игоревич**, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры журналистики, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0002-8403-0711>, [tyazhlov@bsu.edu.ru](mailto:tyazhlov@bsu.edu.ru)

**Вклад в статью:** идея, анализ литературы, выполнение эксперимента, работа с первичным материалом, сбор данных, анализ данных, написание части текста статьи.

Конфликт интересов отсутствует.

Поступила в редакцию 12.06.2023  
Поступила после рецензирования 08.09.2023  
Принята к публикации 14.09.2023

### Information about the authors

**Anna V. Beloedova**, PhD (Philology), Associate Professor, Associate Professor of Communication, Advertising and Public Relations Department, Belgorod National Research University, Belgorod, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0002-9766-270X>, [beloedova@bsu.edu.ru](mailto:beloedova@bsu.edu.ru)

**Contribution:** idea, literature analysis, working with primary material, data acquisition, experiment performing, data analysis, part of manuscript text drafting.

**Tatyana V. Dubrovskaya**, Dr. habil (Philology), Associate Professor, Professor of Communication, Advertising and Public Relations Department, Belgorod National Research University, Belgorod, Russian Federation; Head of English Language Department, Penza State University, Penza, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0003-0044-6056>, [dubrovskaya@bsu.edu.ru](mailto:dubrovskaya@bsu.edu.ru)

**Contribution:** idea, experiment performing, material processing and editing, analysis of the results obtained, data analysis, part of manuscript text drafting.

**Evgeny A. Kozhemyakin**, Dr. habil (Philology), Professor, Head of Communication Studies Department, Belgorod National Research University, Belgorod, Russian Federation; Director of Development of Scientific Competencies of the School of Communications Center of Creative Industries Faculty, Higher School of Economics, Moscow, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0003-2991-1011>, [kozhenyakin@bsu.edu.ru](mailto:kozhenyakin@bsu.edu.ru)

**Contribution:** idea, study design development, experiment performing, data analysis, part of manuscript text drafting, final approval of the manuscript.

**Yan I. Tyazhlov**, PhD (Philology), Associate Professor, Associate Professor of Journalism Department, Belgorod National Research University, Belgorod, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0002-8403-0711>, [tyazhlov@bsu.edu.ru](mailto:tyazhlov@bsu.edu.ru)

**Contribution:** idea, literature analysis, experiment performing, working with primary material, data acquisition, data analysis, part of manuscript text drafting.

There is no conflict of interests.

Received June 12, 2023  
Revised September 8, 2023  
Accepted September 14, 2023

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ / ORIGINAL ARTICLE

УДК / UDC 791.4

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-959-969>


Шифр научной специальности 5.9.9

## Экранная коммуникация в контексте жанра видеозэссе

Малайк Саид-Магомедович МАШАЕВ  , Анна Евгеньевна БАЗАНОВА 

ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»

117198, Российская Федерация, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6

 [1042210126@pfur.ru](mailto:1042210126@pfur.ru)

**Аннотация.** Изучены значения экрана в качестве посредника между автором визуального эссе и его аудиторией в современном онлайн-пространстве. Проанализированы истоки и особенности жанра, произошедшего от печатного эссе. Рассмотрены разновидности видеороликов, а также использованные в них вербальные и невербальные способы передачи информации зрителю. Установлено, что широкое распространение глобальной сети и мультимедийных технологий открывает просторы создателям контента для увеличения пользовательской базы и повышения её вовлечённости. Возникают новые способы оформления транслируемых информационных сообщений. Появление электронных девайсов способствует открытию новых способов подачи информации и взаимодействия с аудиторией, которые ранее не были возможны в традиционных печатных жанрах кинокритики. Современное программное обеспечение и технологии позволяют широкому кругу авторов использовать монтаж как эффективный метод для объяснения выбранных для работ тезисов. Визуальные образы приобрели доминирующую роль для подачи материала. Социальные сети и секции с комментариями на популярных видеохостингах позволяют получать обратную связь от зрителей, а также создают невозможную ранее связь между кинокритиком и его аудиторией. Результаты исследования могут быть использованы учёными в области массовой коммуникации, журналистики и кинокритики.

**Ключевые слова:** аудиовизуальные эссе, Интернет, кинокритика, социальные сети, экран

**Для цитирования:** Машаев М.С.-М., Базанова А.Е. Экранная коммуникация в контексте жанра видеозэссе // Неофилология. 2023. Т. 9. № 4. С. 959-969. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-959-969>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная






## Screen communication in the context of the video essay genre

Malaik S.-M. MASHAEV  , Anna E. BAZANOVA 

Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba

6 Miklukho-Maklaya St., Moscow, 117198, Russian Federation

 [1042210126@pfur.ru](mailto:1042210126@pfur.ru)

**Abstract.** We studied the meaning of the screen as an intermediary between the author of a visual essay and his audience in the modern online space. The origins and features of the genre, which originated from the printed essay, are analyzed. We consider the types of videos, as well as the verbal and non-verbal methods used in them to convey information to the viewer. It has been established that the widespread use of the global network and multimedia technologies opens up opportunities for content creators to increase the user base and increase its involvement. New ways of designing broadcast information messages are emerging. The advent of electronic devices is facilitating the discovery of new ways of presenting information and interacting with audiences that were not previously possible in the traditional printed genres of film criticism. Modern software and technologies allow a wide range of authors to use editing as an effective method for explaining the thesis chosen for their work. Visual images have acquired a dominant role in presenting material. Social networks and comment sections on popular video hosting sites allow you to receive feedback from viewers, and also create a previously impossible connection between a film critic and his audience. The results of the study can be used by scientists in the field of mass communication, journalism and film criticism.

**Keywords:** audiovisual essays, Internet, film criticism, social networks, screen

**For citation:** Mashaev, M.S.-M., & Bazanova, A.E. Screen communication in the context of the video essay genre. *Neofilologiya = Neophilology*, 2023;9(4):959-969. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-959-969>



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



### ВВЕДЕНИЕ

Человечество сейчас живёт в условиях информационного общества, в котором большинство участников задействованы в процессах производства, хранения, переработки и передачи информации. Соответственно, приоритетным способом коммуникации постепенно становится виртуальная связь посредством Интернета, в которой адресат и адресант могут оперативно получать информацию и делиться ей через электронные девайсы – телефон, планшет, ноутбук или компьютер. Посредником в данном методе коммуникации выступает экран устройства, через которое происходит общение.

*Экранные коммуникации* представляют собой феномен, известный деятелям науки с

появления телевидения. После создания первых пейджеров экранные коммуникации получили более персонализированный вид, благодаря чему люди смогли быстро обмениваться важной для них информацией [1, с. 497]. Современное развитие мультимедийных технологий ведёт к возникновению различных каналов воздействия медиа на адресата, включая текст, гипертекст и музыку. У пользователя появляется мгновенный доступ к ведению деятельности в интерактивном режиме.

В условиях медиаконвергенции в Интернете стали появляться новые жанры, поскольку глобальная сеть обеспечивает идеальную среду для создания, размещения и распространения контента. Изменения коснулись и кинокритики, в рамках которой

появился жанр *видеоэссе*. Первые публикации в данном жанре появились YouTube и Vimeo в начале 2010-х, а популярность аудиовизуальные эссе обрели к 2014 г. В настоящее время видеоэссе является одним из наиболее популярных жанров кинокритики на видеохостингах – количество подписчиков на крупных каналах превышает 1 млн человек.

С точки зрения функциональности виртуальное пространство Интернета воспринимается как *познавательное* (глобальная агрегация текстов разных форматов, эпох и проблематик), *коммуникативное* (безграничные всемирные сетевые коммуникации) и *инструментальное* (возможность конструирования и предъявления собственного контента массовой аудитории) [2, с. 313]. Авторы видеоэссе пользуются преимуществами Глобальной сети, реализуя их посредством экранной коммуникации со зрителями.

В центре нашего исследования находятся особенности экранной коммуникации в контексте аудиовизуальных эссе. Жанр видеоэссе пользуется ключевыми преимуществами видеоформата и Всемирной сети, благодаря которым авторы видеоэссе могут передавать информацию аудитории, используя визуальные материалы. Интерактивность, присущая Интернету, позволяет кинокритикам взаимодействовать с аудиторией на интернет-платформах.

Видеоэссе представляет собой относительно новый жанр кинокритики, зародившийся и распространившийся в начале 2010-х, поэтому он слабо изучен в научной практике. При этом во время работы над нашим исследованием мы опирались на несколько комплексных теоретических работ. Среди них статья зарубежного исследователя Э. Мак-Виртера, который дал определение жанра видеоэссе и описал его ключевые особенности [3]. Мы воспользовались классификацией видеоэссе, предложенной исследователями К. Китли [4] и К.С. Туркелди [5]. Последним названным исследователем также была проанализирована работа эссеистов с визуальными образами, через которые авторы закладывают смысл своих сообщений. К.С. Туркелди дополнил исследование, которое написал

И. Гюркан [6]. Об использовании видеоэссе в обучении широкого круга пользователей сети писала исследовательница Э. Сендра [7].

В российской научной практике подробный анализ видеоэссе провела исследовательница Е.А. Глазкова. Она рассмотрела особенности этого жанра в контексте современных процессов медиагибридизации и медиаконвергенции. Исследовательница подчеркнула, что демократизация творчества в Сети и новые технологические возможности формируют благоприятные условия для развития жанра, приобретения им новых свойств, включая интерактивность, а также распространение эссеизма в другие области экранных искусств [8]. О жанре эссе, от которого произошло видеоэссе, писала Ю.В. Тихонова [9].

О публицистическом жанре эссе, от которого образовалось видеоэссе, писала Ю.В. Тихонова. Особенности экранной коммуникации в своих трудах изучали В.М. Березин, И.И. Волкова и А.А. Грабельников<sup>1</sup>, а также М.О. Бабешко [1] и М.А. Мирненко [10].

Основные методы исследования – метод анализа контента, описательный и историко-функциональный методы.

## ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Цель нашего исследования – выделить и проанализировать особенности экранной коммуникации на примере жанра видеоэссе. Мы попытались определить, как современные технологии и Глобальная сеть способствуют к созданию, распространению и получению контента в виде аудиовизуальных эссе. Кроме того, мы проанализировали, как видеоэссеисты, выступая в качестве адресантов сообщения, формулируют свои идеи посредством видеообразов, и какими возможностями они для этого пользуются. С другой же стороны, мы изучили возможности, которые Интернет предоставляет аудитории, чтобы сохранять коммуникацию с создателями контента.

<sup>1</sup> Березин В.М., Волкова И.И., Грабельников А.А. Экранная коммуникация в современном информационном обществе. М., 2018. 345 с.

Для достижения поставленной цели был сформулирован ряд задач: дать определение жанру видеоэссе и выделить его особенности, проанализировать примеры видеороликов и контент каналов на платформе YouTube, описать, как именно возможности экранной коммуникации позволяют создавать сообщения, направленные на усвоение зрителями определённой информации.

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Видеоэссе называют видеоролик, в содержании которого автор анализирует фильмы, сериалы или другие явления кинематографа. К. Грант также ввела термины *аудиовизуальное эссе* и *визуальные эссе*, которыми так же можно обозначать название данного жанра кинокритики [11]. В качестве объекта исследования часто выступает режиссёрский метод либо операторские и монтажные решения в киноработах. Видеоэссе часто имеют небольшой хронометраж, однако формально никаких официальных ограничений не установлено, поэтому распространение получили и более длительные работы [3, с. 369-370].

Видеоэссе напрямую произошло от жанра литературы и публицистики *эссе*. Для эссе характерны свободная авторская композиция, сконцентрированность на одной конкретной теме и ярко выраженной субъективной позиции автора [9, с. 71]. Эти признаки наблюдаются и в видеоэссе. Большая часть аудиовизуальных эссе посвящена узкоспециализированным темам. Авторы могут брать за основу работ определённый жанр, фильмографию творческого деятеля или даже определённый операторский приём в одном конкретном фильме. Видеоэссе не нацелены на передачу объективной информации – они часто рассказывают о явлениях визуальной культуры кинематографа, поддающихся различной оценке и интерпретации зрителями. При этом в структуре работ эссеистов никто не ограничивает, поэтому содержание и визуальный стиль публикаций отличается от канала к каналу.

Главной целью видеоэссе является передать аудитории конкретную информацию о

предмете обсуждения, чтобы у неё был материал для размышления. Э. МакВиртер также подчёркивает, что ещё одной целью можно назвать вовлечение массового зрителя в тонкости работы деятелей кинематографа [3, с. 369]. Об использовании видеоэссе в области обучения также пишет исследовательница Э. Сендра, отмечая, что практика создания видеоэссе оспаривает главенствующее положение письменного текста в современной системе кинокритики [7, р. 67]. Эссеисты снимают свои работы для того, что повысить «визуальную грамотность» среди аудитории. Они передают зрителям знания о процессе съёмки фильмов, о визуальных приёмах, с помощью которых можно рассказывать истории. До распространения Интернета подобную информацию можно было получить только из специализированных изданий, которые не были распространены повсеместно. Развитие Глобальной сети же позволяет любому человеку легко и быстро получить доступ к прежде недоступным данным, заодно вовлекая большее количество людей.

Кинокритика изначально возникла в виде текста. Отмечается, что первая публикация, которую можно отнести к материалам кинокритики, появилась в издании *The Optical Lantern and Cinematograph Journal* в 1908 г.<sup>2</sup> После развития кинокритики на страницах газет и журналов было несколько успешных попыток перенести её жанры на радио и телевидение. В СССР популярность снискала программа «Кинопанорама», которая транслировалась с 1962 по 1995 г. В США же с 1986 по 2010 г. выходила программа *At the Movies*, которую большую часть её существования вели кинокритики Роджер Эберт и Джон Сискел<sup>3</sup>. Однако большого успеха добивались единицы ТВ-проектов, и текст всё ещё оставался доминирующей формой для материалов кинокритики. Это можно связать с тем, что подготовка телевизионных программ занимает большее время, нежели написание статей, поэтому заинтересованному темой кинематографа

<sup>2</sup> Battaglia J. *Everyone's a Critic: Film Criticism Through History and Into the Digital Age*. New York: The College at Brockport, 2010. P. 4.

<sup>3</sup> Ibid. P. 21.

будет легче и быстрее прочитать статью в газете или специализированном издании, нежели отслеживать нужную ему информацию на радио или телевидении.

Однако в связи с распространением Интернета и конвергенции медиа кинокритика обрела вторую жизнь в Глобальной сети. Кинокритика получила широкое развитие на видеосервисах, и за последние десять лет известность получили множество создателей контента, на которых подписаны миллионы подписчиков. Среди них примечательны в том числе российский блогер Badcomedian (5,86 млн подписчиков) и американский критик Крис Стэкман (2,03 млн подписчиков).

Видеоэссе получило особое место в современной системе кинокритики в Интернете. Аудиовизуальные эссе предлагают контент, который может заинтересовать как случайного зрителя, так и того, кто хочет углубиться в тему кинематографа. Они сочетают анализ теории производства кино и визуального оформления кинолент с лёгкой и эмоциональной подачей материала. Поэтому для пользователей Интернета, интересующихся кино, видеоэссе стали равноценной альтернативой статьям в специализированных изданиях, в том числе из-за их доступности и разнообразия.

У. Бейкер отметил, что появление видео стало решающим моментом в контексте демократизации изображений. Так как автор может сам решать, какую тему он выберет, а также в каком формате он её представит своей аудитории, возникает множество разновидностей творческих работ, которые нельзя отнести к кинофильмам или документальному кино<sup>4</sup>. Согласно Е.А. Глазковой, интернет-пространство способствовало превращению видеоэссе в «демократичный» жанр, так как Глобальная сеть позволяет производить неоднократное заимствование, цитирование и трансформацию образов, органичное сочетание элементов различных видов медиа, а также авторское сопоставление различных идей, символов, музыкальных композиций и т. д. [8, с. 239].

Мы выяснили, что видеоэссе представляет собой совершенно новый жанр, существование которого стало возможным благодаря стремительному развитию Интернета. Сочетание простоты формы с эмоциональной подачей и интересным материалом сделало его одним из наиболее заметных жанров кинокритики на видеосервисах. Теперь нам следует исследовать, что представляет собой экранная коммуникация, и какими её особенностями пользуется видеоэссе.

Ключевым признаком, отличающим экранную коммуникацию от печатной, является экран. Он выступает в качестве посредника между отправителем визуальной и вербальной информации и её получателем. С него зритель считывает и усваивает направленные ему сообщения. К электронным экранным массмедиа можно отнести телевидение, кинофильмы, Интернет, оцифрованную фотографию, а также мобильную передачу аудиовизуальных сообщений.

Актуальные технологии хранения и передачи массовой информации связаны с процессом *дигитализации*, то есть «оцифровки» и перевода любого текста в цифровой формат. Единственный способ ознакомиться с подобным текстом – через экран. Современные технологии позволяют превращать такие сообщения в мультимедийный экранный продукт, который интерактивным образом соединит звук, изображение, цифры и текст в единое целое<sup>5</sup>.

Экранная культура является системой взаимосвязанных элементов, включая кино-, теле- и компьютерную культуры. Их главный признак – представление информации в аудиовизуальном и динамичном виде. Экранная коммуникация даёт возможность выйти в информационное пространство, расширить диапазон выбора и ускорить подключение к любому потоку информации [10, с. 126]. Сейчас виртуальная реальность прочно вошла в повседневную жизнь людей, и регулярная онлайн-активность стала её неотъемлемой частью. Человек пользуется электронными девайсами ежедневно и проводит зна-

<sup>4</sup> Baker U. *Beyin Ekran*. Istanbul: Birikim Yayınları, 2015. P. 59.

<sup>5</sup> Березин В.М., Волкова И.И., Грабельников А.А. Экранная коммуникация в современном информационном обществе. С. 117-118.

чительное время за экраном телефона или компьютера. Это сподвигло создателей контента находить способы излагать свои мысли в новых форматах.

Видеоэссе является жанром, который не может существовать без экрана в качестве посредника. Он представляет собой мультимедийный продукт, для создания которого автор использует сочетание вербального и невербального способа подачи информации. Вербальный способ заключается в использовании голоса диктора, который зачитывает закадровый текст. Однако в видеоэссе зачитываемый текст автора дополняется видеорядом. Автор подкрепляет свои тезисы вырезанными кадрами из фильмов, документальной хроникой, отрывками из интервью, инфографикой и изображениями. Ответственный подход к монтажу также является ключевым требованием к созданию видеоэссе, поскольку правильно подобранные хронометраж и очерёдность кадров способствуют верному донесению мыслей эссеиста.

К. Китли отметил влияние на расширение количества кинокритиков появления доступных и недорогих программ, которые позволяют производить непростые манипуляции с изображением и звуком [4, р. 178]. В настоящее время возросла доступность программного обеспечения для видеомонтажа, цветокоррекции, производства анимации, компьютерной графики, звукозаписи и редактирования звука. Создатели контента также имеют доступ к различным фото- и видеобанкам [8, с. 239].

Ещё в конце прошлого века кинокритики могли распространять информацию лишь на страницах печатных изданий, сейчас многообразие программ и доступ в Глобальную сеть даёт возможность любому желающему публиковать свои материалы для огромной аудитории. Благодаря постоянно обновляемому программному обеспечению выпускать видеоролики стало почти так же быстро, как и печатный текст.

Однако, поскольку процесс создания аудиовизуальных эссе предполагает использование в монтаже кадров из анализируемых произведений кинематографа, могут возникнуть некоторые юридические проблемы в

отношении интеллектуальной собственности и авторского права [3, р. 374]. Юридически неподкованные авторы публикаций могут опасаться судебного преследования, если они не приобретут дорогостоящие разрешения на использование необходимых отрывков. Однако некоторые авторы отстаивают право на создание образовательного контента, отстаивая право использовать необходимый материал [12, р. 896].

И. Гюркан также отмечает, что видеоэссе могут послужить альтернативой традиционным текстовым научным исследованиям. К тому же использование экранных особенностей аудиовизуальных эссе позволяет находить определённые закономерности, которые нельзя было обнаружить в печатном формате – посредством наглядного использования визуальных материалов [6, р. 301]. Сочетание разных изображений между собой при помощи монтажа формирует совершенно новые образы. Причём видеоэссеист может связывать между собой не только кадры из кинолент, но и сравнивать их с видеохроникой, аудиокomпозициями, изображениями и даже компьютерной графикой.

Видеоэссеисты имеют возможность вести коммуникацию со своими зрителями разным способом – посредством содержания самих видео и социальных сетей. Первый способ подразумевает одностороннюю трансляцию информации от адресанта к адресату, поскольку зритель лишь усваивает, что ему передаёт автор аудиовизуального эссе. Во втором же случае возникает некая интерактивность, и обе стороны обмениваются сообщениями. Рассмотрим оба способа немного конкретнее.

Говоря о содержании, следует сразу различить видеоэссе по наличию закадрового голоса. К. Китли выделяет две разновидности жанра – *пояснительную* и *поэтическую* [4]. Пояснительные аудиовизуальные эссе анализируют материал, опираясь на вербальное объяснение визуального ряда. Поэтические видеоэссе дополняют визуальный ряд лишь музыкой и звуками.

Согласно К.С. Туркгелди, пояснительные видеоэссе могут исследовать различные темы – от особенностей повествования



фильма до отдельных кинематографических приёмов. В таких роликах для наглядности зачастую используются различные иллюстративные эффекты, графика и анимация с поясняющим звукосопровождением и монтажом [5, р. 823-824]. Этот тип видеоэссе можно назвать самым распространённым – подавляющее большинство эссе на популярных видеохостингах принадлежат именно этой разновидности.

Поэтические же видеоэссе отличаются тем, что в них практически не используется никакой закадровый текст. Эту форму аудио-визуальных эссе связывают, скорее, с искусством, нежели с аналитическими материалами. Видео ряд обычно дополняется лишь музыкой, а визуальные образы используются для создания определённого контекста, связанного с содержанием, которое вкладывает в них автор [5, р. 824]. Подобные работы не сильно распространены, что может быть связано со сложностями раскрытия материала без вербальных пояснений и высокими требованиями аудитории к пониманию контекста используемого визуального ряда.

Для более наглядного сравнения возьмём видео с канала *Every Frame a Painting*. Мы выбрали этот канал, поскольку он является одним из самых крупных по количеству подписок на YouTube среди создателей видеоэссе – сейчас на него подписано 2,05 млн пользователей. Он также стал одним из первых каналов на популярных ресурсах, работающих с жанром. *Every Frame a Painting* функционировал с 2014 по 2016 г., однако его аудитория до сих пор не перестаёт расти, и он задал некоторые стандарты, которые позже стали использовать другие авторы.

В ходе исследования были просмотрены все 29 видеороликов, выпущенных *Every Frame a Painting* (в YouTube доступны лишь 25 из них, 4 видео можно посмотреть лишь на ресурсе Vimeo). В качестве основных примеров мы выделим два видео, по одному на каждый тип видеоэссе. Их анализ позволит нам увидеть основные особенности и способы передачи информации, присущие каждой разновидности.

В качестве примера повествовательного эссе приведём “Jackie Chan – How to Do

Action Comedy” («Джеки Чан – Как снимать экшн-комедию»), опубликованное 3 декабря 2014 г. и ставшее самым популярным на канале. Оно набрало свыше 24 млн просмотров, 334 тыс. отметок «нравится» и почти 10 тыс. комментариев. В видеоролике проводится анализ работы Джеки Чана в жанре комедийного боевика, а также отличий его фильмов от других похожих картин<sup>6</sup>. При дальнейшем анализе в скобках будет указываться таймкод с нужным моментом из рассматриваемого видеоролика.

Подход гонконгского актёра сравнивается с подходом американских постановщиков. Авторы акцентируют внимание на том, что в фильмах Джеки Чана находятся простые способы показывать боевые сцены посредством операторской работы и мимики актёра. Чтобы подкрепить свои мысли, авторы эссе используют отрывки из фильмов, которые комментирует закадровый голос Тони Чжоу, одного из создателей канала. Он объясняет свои тезисы, сравнивая между собой сцены из различных кинокартин, – то есть буквально иллюстрирует свои заключения. Используются кадры из различных фильмов с Джеки Чаном. Например, в качестве примера гонконгской работы представлена лента «Полицейская история» (2:55). Сцена из неё сразу же сравнивается с похожим моментом из голливудского фильма «Час Пик 3» (3:10). Таким образом показывается разный подход к операторской работе при работе с похожими сценами у кинематографистов двух разных стран. Кроме того, картины Чана сравниваются с классическими фильмами Чарли Чаплина и Бастера Китона (1:11), а также современными блокбастерами, включая фильм «Стражи Галактики» (6:03). Сделано это посредством монтажа – сравниваемые между собой отрывки чередуются друг с другом, а голос Чжоу объясняет зрителям, что происходит на экране и какие выводы можно сделать из увиденного. В ролике также используется отрывок из интервью с Джеки Чаном, в котором он объясняет раз-

<sup>6</sup> *Every Frame a Painting*. Jackie Chan – How to Do Action Comedy. 2014. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=Z1PCtlaM\\_GQ&ab\\_channel=EveryFrameaPainting](https://www.youtube.com/watch?v=Z1PCtlaM_GQ&ab_channel=EveryFrameaPainting) (accessed: 19.05.2023).

ницу между своими гонконгскими работами и голливудскими (2:28). Авторы канала тщательно подобрали кадры, наглядно иллюстрирующие слова актёра – они оставили звуковой ряд из интервью, но при этом использовали видеоряд из кинолент с его участием.

Сравнения сцен из различных фильмов при помощи монтажных склеек использовались во всех 29 проанализированных видео на канале Every Frame a Painting. В 26 из них визуальный ряд дополняется закадровым текстом для объяснения ключевых тезисов авторов. В трёх видео нет закадрового текста, поэтому их можно отнести к поэтической разновидности видеоэссе – о них речь пойдёт далее.

В качестве основного примера поэтического аудиовизуального эссе на канале Every Frame a Painting можно взять видеоролик *Hollywood Scores & Soundtracks: What Do They Sound Like? Do They Sound Like Things?? Let's Find Out!* («Голливудские композиции и саундтреки: как они звучат? Они звучат как другие работы?? Давайте узнаем!»). В нём без использования закадрового голоса авторы сравнивают между собой музыкальные композиции из разных фильмов. Цель видео – показать преемственность музыкальных композиций в голливудских фильмах, используя лишь необходимую музыку и кадры из фильмов.

Для раскрытия этой мысли они берут сцены из определённого фильма с оригинальной мелодией и без комментариев показывают тот же самый видеоряд с использованием схожей композиции из другой кинокартины. Таким образом, заимствуется момент из фильма «Трансформеры: Тёмная сторона Луны» 2011 г. Сначала он демонстрируется с музыкой из трейлера фильма «Начало» 2010 г. Зака Хэмси (0:08), а после – с оригинальным саундтреком фильма от Стива Яблонски<sup>7</sup> (0:33). Сходство двух композиций демонстрируется при помощи сравнения двух мелодий. Для этого применяется

простой монтажный приём – кадры со схожими композициями и одинаковым видеорядом следуют прямо друг за другом.

Позднее демонстрируется сцена из фильма «Стражи Галактики» 2014 г. с музыкой Алана Сильвестри из ленты «Мстители» (0:58), вышедшей в 2012 г. После этого она повторяется уже с оригинальной мелодией Тайлера Бэйтса для фильма (1:12). В видеоэссе далее используются отрывки из фильмов «Звёздный крейсер «Галактика» (1:27), «Звёздная пыль» (2:02), «Ральф» (2:44), «Гроза муравьёв» (3:29) и др. Все использованные отрывки представлены в двух вариантах – под саундтрек из оригинальной ленты и под схожую композицию [9]. Тем самым авторы без закадрового текста объясняют зрителям через визуальный ряд и музыку свою мысль, которая заключается в том, что киноленты повторяют некоторые музыкальные шаблоны из фильма в фильм, чего зрители зачастую не замечают.

Другие видео, которые можно отнести к поэтическому типу, называются *The Spielberg Oner – Eight Lengthy Examples* («Сцена одним дублем Спилберга – восемь длительных примеров»)<sup>8</sup> и *The Spielberg Oner – Twelve Quick Examples* («Сцена одним дублем Спилберга – двенадцать быстрых примеров»)<sup>9</sup>. Два видео объединяет общая идея – зрителю демонстрируются примеры сцен из различных фильмов Стивена Спилберга, снятых одним дублем. Посмотрев оба видео, можно увидеть разницу между более короткими сценами и длинными, но снятых при помощи одного и того же приёма. И снова авторы используют лишь монтаж без закадровых пояснений – использованные отрывки дополняют только указанные в левом нижнем углу текстом название фильма и длительность сцены. Чтобы понять идею этих эссе, зрителю не требуются объяснения авто-

<sup>7</sup> *Every Frame a Painting*. *Hollywood Scores & Soundtracks: What Do They Sound Like? Do They Sound Like Things?? Let's Find Out!* 2016. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=IEfQ\\_9DIHt&t](https://www.youtube.com/watch?v=IEfQ_9DIHt&t) (accessed: 19.05.2023).

<sup>8</sup> *Every Frame a Painting*. *The Spielberg Oner – Eight Lengthy Examples*. 2014. URL: <https://vimeo.com/channels/everysframeapainting/94684923> (accessed: 19.05.2023).

<sup>9</sup> *Every Frame a Painting*. *The Spielberg Oner – Twelve Quick Examples*. 2014. URL: <https://vimeo.com/channels/everysframeapainting/94684922> (accessed: 19.05.2023).

ра, идея доносится лишь при помощи чередования сцен друг за другом.

Мы рассмотрели эти примеры, чтобы проанализировать, как авторы могут использовать особенности экранной коммуникации для донесения информации до зрителя. Мультимедийный формат позволяет создателям контента публиковать работы, в которых для объяснения тезисов могут использоваться голос диктора, его пояснения, музыкальные композиции или даже просто текстовые обозначения. Тем самым при помощи экранной коммуникации со зрителями авторы могут создавать сообщения, которые раньше не было возможным воплотить в печатном виде.

Однако экран позволяет видеоэссеистам не только адресовать информацию аудитории, но и получать обратную связь. Прежде всего, это выражается в комментариях на самом ресурсе, на котором была опубликована работа. Пользователи могут высказывать свои мысли по просмотренному видеоэссе, отмечая его достоинства или недостатки, либо предлагая идеи по улучшению контента или для новых тем.

Помимо этого авторы каналов могут вести социальные сети, чтобы поддерживать со зрителями печатную связь. Например, авторы вышеупомянутого Every Frame a Painting раньше вели страницы на ресурсах Tumblr (с 2014 до 2017 г.). На Tumblr авторы дублировали свои публикации с YouTube, дополняя постами о закулисном процессе работы над видеороликами. В 2017 г. автор канала Тони Чжоу также завёл личную страницу в Twitter уже после закрытия канала, где рассказывал о своих новых проектах. Соцсети активно ведёт Майкл Такер, автор канала Lessons from the Screenplay, рассказывающий об особенностях написания сценария к кинофильмам. На своей странице в Twitter он дублирует публикации с YouTube, высказывает мнение о фильмах, рассказывает о планах и общается с подписчиками.

Подобное взаимодействие с аудиторией и широкое распространение публикации на разных платформах сложно было предста-

вить в эпоху, когда кинокритики могли публиковать информационные сообщения лишь на страницах печатных изданий. Сейчас же авторы могут не только общаться со своей аудиторией непосредственно через сам контент, который они производят, но и сами вступая с ними в диалоги на сторонних ресурсах.

## ВЫВОДЫ

Видеоэссе представляет собой публицистический жанр, существование которого стало возможным исключительно благодаря распространению экранных электронных девайсов и Интернета. Он в большой степени полагается на использование визуальных образов, монтажа и аудио, чего не требовалось в традиционных печатных жанрах кинокритики.

Экран стал неотъемлемым посредником между создателями контента и их аудиторией. Авторы могут не только направлять свои сообщения зрителям, но и получать обратную связь, чтобы повысить вовлечённость подписчиков и находить новые способы улучшить свои работы. Сами же видеоэссе способны доносить информацию не только с помощью использования закадрового голоса диктора, но и в некоторых случаях пользуясь исключительно визуальными образами и музыкой. То есть в таких случаях для экранной коммуникации между адресатом и адресантом не нужны даже вербальные способы передачи информации, лишь наличие экранного устройства, которое сможет воспроизводить видеоряд и музыкальную дорожку.

Интернет и социальные сети способствуют тому, что между автором видеоэссе и его зрителями возникала особая связь, которая ранее была невозможна в печатных СМИ. Теперь получатель сообщения может слышать голос отправителя, узнавать от него дополнительную информацию через его блог, напрямую вступая с ним в диалог и становясь частью объединённого сообщества из других подписчиков.

### Список источников

1. Бабешко М.О. Особенности экранных коммуникаций в компьютерных играх // Экономика и социум. 2019. № 10 (65). С. 496-499. <https://elibrary.ru/mxjbug>
2. Волкова И.И. Компьютерные игры и новые медиа: игровой подход к коммуникациям в виртуальном пространстве // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2017. Т. 22. № 2. С. 312-320. <https://doi.org/10.22363/2312-9220-2017-22-2-312-320>, <https://elibrary.ru/zewenb>
3. McWhirter A. Film criticism, film scholarship and the video essay // Screen. 2015. Vol. 56. Issue 3. P. 369-377. <https://doi.org/10.1093/screen/hjv044>
4. Keathley C. La caméra-stylo: Notes on cinematography and cinephilia // The language and style of film criticism. N. Y.: Routledge, 2011. P. 176-191.
5. Turkgeldi K. Thinking of Video Essays as a Performative Research with a New Concept: Transimage // SineFilozofi. 2021. Vol. 6. Issue 11. P. 812-825. <https://doi.org/10.31122/sinefilozofi.823234>
6. Gürkan İ. Film Çalışmalarında Eleştirinin Dönüşümü: Görsel-İşitsel Denemeler (Audiovisual Essay) // Sinefilozofi. 2019. № 4 (8). P. 284-303. <https://doi.org/10.31122/sinefilozofi.633100>
7. Sendra E. Video Essays: Curating and Transforming Film Education through Artistic Research // International Journal of Film and Media Arts. 2020. Vol. 5. № 2. P. 65-81. <https://doi.org/10.24140/ijfma.v5.n2.04>
8. Глазкова Е.А. Гибридные жанры кино- и видеоэссе в современном экранном пространстве: история, особенности и перспективы // Университетский научный журнал. 2016. № 20. С. 234-243. <https://elibrary.ru/widjqv>
9. Тихонова Ю.В. Жанр эссе в современном преломлении // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2017. № 19 (758). С. 69-79. <https://elibrary.ru/nfojil>
10. Мирненко М.А. Экранная коммуникация в современном медиапространстве // Язык и речь в Интернете: личность, общество, коммуникация, культура: сб. ст. 5 Междунар. науч.-практ. конф.: в 2 т. М.: Российский ун-т дружбы народов, 2021. Т. 2. С. 125-128. <https://elibrary.ru/eyjaym>
11. Grant C. The Audiovisual Essay as Performative Research // NECSUS European Journal of Media Studies. 2016. Vol. 5. № 2. P. 255-265. <https://doi.org/10.25969/mediarep/3370>
12. McWhirter A. Film Criticism in the Twenty-First Century // Journalism Practice. 2015. Vol. 9. Issue 6. P. 890-906. <https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1051372>

### References

1. Babeshko M.O. Features of screen communications in computer games. *Ekonomika i sotsium = Economic and Society*, 2019, no. 10 (65), pp. 496-499. (In Russ.) <https://elibrary.ru/mxjbug>
2. Volkova I.I. Video games and new media: game approach to communications within virtual space. *Vestnik RUDN. Seriya: Literaturovedenie. Zhurnalistika = RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 2017, vol. 22, no. 2, pp. 312-320. (In Russ.) <https://doi.org/10.22363/2312-9220-2017-22-2-312-320>, <https://elibrary.ru/zewenb>
3. McWhirter A. Film criticism, film scholarship and the video essay. *Screen*, 2015, vol. 56, issue 3, pp. 369-377. <https://doi.org/10.1093/screen/hjv044>
4. Keathley C. La caméra-stylo: Notes on cinematography and cinephilia. *The Language and Style of Film Criticism*. New York, Routledge Publ., 2011, pp. 176-191.
5. Turkgeldi K. Thinking of video essays as a performative research with a new concept: transimage. *SineFilozofi*, 2021, vol. 6, issue 11, pp. 812-825 <https://doi.org/10.31122/sinefilozofi.823234>
6. Gürkan İ. Film çalışmalarında eleştirinin dönüşümü: görsel-işitsel denemeler (audiovisual essay). *Sinefilozofi*, 2019, no. 4 (8), pp. 284-303. (In Tur.) <https://doi.org/10.31122/sinefilozofi.633100>
7. Sendra E. Video essays: curating and transforming film education through artistic research. *International Journal of Film and Media Arts*, 2020, vol. 5, no. 2, pp. 65-81. <https://doi.org/10.24140/ijfma.v5.n2.04>
8. Glazkova E.A. Hybrid genres of motion pictures and video essays in motion pictures continuum: history, specifics and perspectives. *Universitetskii nauchnyi zhurnal = Humanities and Science University Journal*, 2016, no. 20, pp. 234-243. (In Russ.) <https://elibrary.ru/widjqv>
9. Tikhonova Yu.V. Genre of essay in its present-day expression. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnye nauki = Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities*, 2017, no. 19 (758), pp. 69-79. (In Russ.) <https://elibrary.ru/nfojil>

10. Mirnenko M.A. Ekrannaya kommunikatsiya v sovremenном mediaprostranstve [Screen communication in the modern media space]. *Sbornik statei 5 Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii «Yazyk i rech' v Internetе: lichnost', obshchestvo, kommunikatsiya, kul'tura»: в 2 t.* [Proceedings of the 5th International Scientific and Practical Conference "Language and Speech on the Internet: Personality, Society, Communication, Culture": in 2 vol.]. Moscow, Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba Publ., 2021, vol. 2, pp. 125-128. (In Russ.) <https://elibrary.ru/eyjaym>
11. Grant S. The audiovisual essay as performative research. *NECSUS European Journal of Media Studies*, 2016, vol. 5, no. 2, pp. 255-265. <https://doi.org/10.25969/mediarep/3370>
12. McWhirter A. Film criticism in the twenty-first century. *Journalism Practice*, 2015, vol. 9, issue 6, pp. 890-906. <https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1051372>

#### Информация об авторах

**Машаев Малаик Санд-Магомедович**, аспирант, кафедра теории и истории журналистики, Российский университет дружбы народов им. Патриса Лумумбы, г. Москва, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0002-9358-541X>, [1042210126@pfur.ru](mailto:1042210126@pfur.ru)

**Вклад в статью:** идея исследования, сбор и анализ материала, написание и оформление основного текста статьи.

**Базанова Анна Евгеньевна**, кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и истории журналистики, Российский университет дружбы народов им. Патриса Лумумбы, г. Москва, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0001-5560-5953>, [bazanova\\_ae@pfur.ru](mailto:bazanova_ae@pfur.ru)

**Вклад в статью:** сбор и анализ материала, написание части статьи, окончательное редактирование.

Конфликт интересов отсутствует.

Поступила в редакцию 21.06.2023  
Поступила после рецензирования  
и доработки 04.09.2023  
Принята к публикации 14.09.2023

#### Information about the authors

**Malaik S.-M. Mashaev**, Post-Graduate Student, Theory and History of Journalism Department, Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba, Moscow, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0002-9358-541X>, [1042210126@pfur.ru](mailto:1042210126@pfur.ru)

**Contribution:** study idea, material acquisition and analysis, main manuscript text drafting and design.

**Anna E. Bazanova**, PhD (Philology), Associate Professor of Theory and History of Journalism Department, Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba, Moscow, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0001-5560-5953>, [bazanova\\_ae@pfur.ru](mailto:bazanova_ae@pfur.ru)

**Contribution:** material acquisition and analysis, part manuscript text drafting, final editing.

There is no conflict of interests.

Received June 21, 2023  
Approved after reviewing and revision  
September 4, 2023  
Accepted September 14, 2023



НАУЧНАЯ СТАТЬЯ / ORIGINAL ARTICLE

УДК / UDC 070

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-970-978>

Шифр научной специальности 5.9.9

## Особенности нейминга сетевого видеоконтента

Дмитрий Александрович СТЕРЛИКОВ 

ФГБУ ВО «Воронежский государственный университет инженерных технологий»  
394036, Российская Федерация, г. Воронеж, просп. Революции, 19

✉ [dimok36@yandex.ru](mailto:dimok36@yandex.ru)

**Аннотация.** Активное развитие новых медиа и рост их влияния на средства массовой информации традиционного типа провоцирует интерес к этому сектору со стороны исследователей. А в связи с активизацией потребления аудиовизуальной информации всё большее внимание привлекает сектор видеоблогинга. Последний развивается в высококонкурентной среде. Перед блогером стоит сложная задача – завоевать внимание аудитории в конкуренции с другими блогерами, платформами и реальностью. Одним из средств решения этой задачи является нейминг. Название видеоконтента способно привлечь к нему аудиторию и продвинуть канал. В исследовании проанализированы методы и приёмы, которые используются современными наиболее популярными видеоблогерами русскоязычного сектора Интернета в области нейминга. Приведены условия первичного привлечения внимания, а также средства эмоционального воздействия, которые блогеры используют чаще всего.

**Ключевые слова:** новые медиа, видеоблог, видеоконтент, нейминг, заголовок

**Для цитирования:** Стерликов Д.А. Особенности нейминга сетевого видеоконтента // Нефилология. 2023. Т. 9. № 4. С. 970-978. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-970-978>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



## Features of network video content naming

Dmitry A. STERLIKOV 

Voronezh State University of Engineering Technologies  
19 Revolution Ave., Voronezh, 394036, Russian Federation  
✉ [dimok36@yandex.ru](mailto:dimok36@yandex.ru)

**Abstract.** The active development of new media and the growth of their influence on the traditional media provokes interest in this sector on the part of researchers. And in connection with the activation of the consumption of audiovisual information, the video blogging sector is attracting more and more attention. The latter develops in a highly competitive environment. A blogger faces a difficult task – to win the attention of the audience in competition with other bloggers, platforms and reality. One of the means of solving this problem is naming. The name of the video content is able to attract an audience to it and promote the channel. The study analyzes the methods and techniques, which are used by the most popular video bloggers of Russian-speaking sector of the Internet in the field of naming. The conditions for the primary attraction of attention, as well as the means of emotional impact that bloggers use most often, are given.

**Keywords:** new media, video blog, video content, naming, title

**For citation:** Sterlikov, D.A. Features of network video content naming. *Neofilologiya = Neophilology*, 2023;9(4):970-978. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-970-978>



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



### ВВЕДЕНИЕ

Новые медиа вообще и видеоблогинг в частности<sup>1</sup> сегодня привлекают внимание всё большего числа исследователей [1–3]. И это не удивительно: по мере цифровизации и визуализации, отмечаемых многими исследователями [4–6], возрастает и популярность сетевого видеоконтента – причём как в аспекте времени, отводимого аудиторией на видеопросмотр, так и относительно частотности репостов видеопубликаций, которая значительно превосходит репосты текстовых сообщений. В связи с этим осуществляются проекты всестороннего анализа видеоблогов. На базе Высшей школы (факультета) телеви-

дения МГУ им. М.В. Ломоносова формируется научная школа изучения видеоблогинга под руководством профессора А.М. Шестериной [7–9], которая предпринимает попытки изучить явление с разных сторон. Также существуют попытки изучить жанровую природу видеоблогинга, особенности его развития в ретроспективе [10; 11].

Наряду с этим, существует понимание того, что видеоблогинг сегодня – высококонкурентная среда, отражающая все особенности сетевого пространства в целом<sup>2</sup>. Видеоблогеры (далее – влогеры) конкурируют не только друг с другом, но, в ситуации мультиэкранного и мобильного восприятия, с любыми другими сетевыми платформами и реальными жизненными практиками человека. Поэтому авторы сетевого видеоконтента предпринимая разнообразные и весьма

<sup>1</sup> Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика. Теоретические основы. Академический учебник. М.: Академия медиаиндустрии, 2018. 370 с. URL: <http://www.ipk.ru/ftpgetfile.php?id=276>; Павлик Д.В. Журналистика новых медиа. URL: [http://www.psujournal.ru/vestnik/vyp\\_8/voz\\_newmedia.htm](http://www.psujournal.ru/vestnik/vyp_8/voz_newmedia.htm) (дата обращения: 01.05.2023).

<sup>2</sup> Барлоу Дж. Декларация независимости киберпространства. URL: <http://www.telecomlaw.ru/articles/declaration.html> (дата обращения: 07.05.2023).

изошрённые попытки привлечь и удержать внимание пользователя.

На уровне привлечения внимания в ситуации, когда одним из основных поисковых механизмов в Сети становится скроллинг, важным становится текстовое оформление видео, или нейминг. Именно текстовое сопровождение видеоблога играет значимую роль при принятии пользователем решения, смотреть ли видео. Также сопровождающий видео текст распознают рекомендательные алгоритмы, от которых зависит, кому предложить конкретное видео и предложить ли его кому-то вообще. Последнее меняет отношение авторов к называнию своего контента. С одной стороны, они должны опираться на интерес аудитории, с другой – на работу алгоритмов. Нередко первое и второе входят в противоречие друг с другом. Вот почему сегодня представляется важным изучить те практики нейминга, которые обеспечивают успех современным влогерам. Несмотря на значимость этого вопроса, степень его изученности невелика. Существуют лишь эпизодические публикации, рассматривающие вопрос в первом приближении [12–15].

## ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Мы в нашем исследовании предпринимая попытку ликвидировать существующий пробел. Целью исследования станет анализ практик нейминга, которые современные влогеры используют чаще всего и которые, следовательно, мы можем воспринимать как эффективные. Материал исследования – наиболее популярные видеоблоги русскоязычного сектора YouTube (за исключением детских каналов). Это – каналы «А4» (проанализировано 89 видеороликов), «Marmok» (проанализировано 23 видеоролика), «Дима Масленников» (проанализировано 12 видеороликов), «AdMe» (проанализировано 360 видеороликов), «Kuplinov Play» (проанализировано 200 видеороликов), «EdisonPts» (проанализировано 220 видеороликов)<sup>3</sup>. Хронологические рамки исследования – 2023 г. Выборка –

сплошная. Эмпирическую базу исследования составили 904 видеоролика. В нашей работе мы обращались к методу анализа контента, а также к методу лингвистического анализа. В ходе исследования нам важно было установить, какие методы и приёмы активизации зрительского внимания используют влогеры на уровне нейминга.

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Анализ русскоязычного сектора видеоблогинга позволяет говорить о том, что нейминг проявляется на нескольких взаимосвязанных уровнях.

**Название канала.** Здесь авторы очевидно учитывают алфавитный принцип работы алгоритмов. Согласно этому принципу, первая буква названия канала имеет значение. Чем ближе к началу алфавита эта буква, тем выше в ленте предложений будет канал при прочих равных условиях («А4», «AdMe»). Разумеется, этот принцип не столь важен, когда канал уже очень популярен. Но на первом этапе существования именно алфавитный подход может помочь начинающему блогеру стать заметным.

Также в названии популярных каналов использованы следующие подходы:

- лично-преимущественный. Используется в том случае, когда автор хорошо известен аудитории или планирует развивать личный бренд («Дима Масленников», «Kuplinov Play»);

- аббревиатурный. Используется или в том случае, когда аудитория хорошо знает аббревиатуру, или в ситуации, когда аббревиатура кажется неожиданной и её надо разгадать («А4»);

- ассоциативный. Встречается в ситуации, когда название вызывает ассоциацию с чем-то, входящим в круг базовых знаний пользователя («EdisonPts»);

- использование неологизмов («Marmok» – сокращение от настоящего имени стримера Марина Николаевича Мокану);

- лично-ассоциативный. Название канала ассоциируется с какой-то личностью, которая по своим характеристикам желательна для автора канала («EdisonPts» – ас-

<sup>3</sup> Рейтинг каналов YouTube – Топ-100 // WhatStat. URL: <https://whatstat.ru/channels/top100> (дата обращения: 07.05.2023).

социация с американским изобретателем Томасом Эдисоном).

**Описание канала.** На этом уровне авторы учитывают поисковые запросы аудитории и стараются составить описание канала таким образом, чтобы в нём встречались наиболее частотные слова. Очевидно, что пользователи практически не просматривают раздел «Описание канала». В нём, как правило, содержится информация для алгоритмов. При этом современные алгоритмы уже умеют различать естественный текст и текст, который содержит слишком много повторов одного и того же слова и нацелен лишь на продвижение контента. Последний вариант он дискриминирует, а потому авторы стараются составлять текст по всем законам языка. Вместе с тем в этом тексте учитываются запросы с высокой конверсией. Также нередко в нём размещается дополнительная информация. Чаще всего – другие аккаунты автора.

**Название видео.** Оно размещается как под самим видео, так и на обложке. Причём эти тексты не обязательно совпадают.

В аспекте нашего исследования именно этот элемент играет решающую роль, поскольку именно его видит пользователь в ленте новостей, а потому принципиально важно, чтобы название видео было эффективным с точки зрения привлечения внимания.

Первично, для того, чтобы интерес к видео начал формироваться, его название должно обладать следующими качествами.

1. Предметность. То есть сразу должно быть понятно, о чём пойдёт речь. Это важно и для пользователя (он определяет, интересна ли ему тема видео), и для алгоритмов (они «считывают» тему и соотносят её с запросами пользователей) (соблюдается в 92 % случаев).

2. Константность. На протяжении всего видео тема должна сохраняться. Если планируется рассмотреть несколько тем, то они должны хотя бы кратко фиксироваться в названии, и автор должен использовать таймлайн (соблюдается в 83 % видео);

3. Целостность. Видео не должно прерываться инородными вставками (соблюдается в 64 % случаев).

Важно отметить, что все эти параметры «работают» и на менее популярных каналах.

Не случайно современные видеоблогеры предпочитают включать в свой контент нативную рекламу, которая интересна сама по себе. Это объясняется не только стремлением к глубокой коллаборации с брендами, но и удовольствием, которое подобная реклама доставляет зрителю.

Однако описанных нами качеств недостаточно для привлечения внимания аудитории. Рассмотрим, какие ещё методы и приёмы используют блогеры в названиях своих видеороликов.

**Принцип экзотики** – самый частый способ привлечения внимания аудитории. Акцентуация необычного, подчёркивание определённых парадоксов и «слов реальности» используется блогерами в 76 % случаев, например:

– «ДОМИКИ ИЗ ПЛЁНКИ НА ДЕРЕВЕ» («A4»);

– «НОЧЬ В КИНОТЕАТРЕ!» («A4»);

– «Стали ЭЛЬФАМИ на 24 часа!» («A4»);

– «Видео, сделанное нейронными сетями» («Marmok»);

– «Купил и съел НАСТОЯЩЕГО МАМОНТА... Это реально» («Дима Масленников»);

– «100+ необычных фактов, о которых вы не знали, что хотите знать» («AdMe»);

– «ЭДИСОН ВПЕРВЫЕ ИГРАЕТ БЕЗ ГОЛОСА В МАЙНКРАФТ» («EdisonPts»).

Важно отметить, что блогеры нередко стараются наделять экзотическими параметрами вполне обыденные события или явления. При просмотре видео ожидания зрителя часто не оправдываются, что подтверждает нашу догадку о том, что экзотика используется именно как приём для привлечения внимания пользователя на уровне заголовочной конструкции.

**Апелляция к известным именам.** Она прослеживается в последнем примере предыдущего приёма и встречается на каналах довольно часто:

– «ЭТО БЫЛ МАНЬЯК! Проникли на ЗАБРОШКУ с Клава Кока» («Дима Масленников»);

– «Детективу Брайту Брейну нужна ваша помощь, чтобы разгадать эти загадки» («AdMe»);

– «Пограничник Куплинов» («Kuplinov Play»).

**Шоковый контент** – то есть контент, который может нас поразить, как правило, в негативном аспекте. Он в целом характерен для каналов такого типа, которые вошли в топовый список в 2023 г. [16]. Здесь также важно подчеркнуть, что видео, как правило, оказывается намного более безобидным, чем заголовочная конструкция:

– «Попали в ДОМ с ПРОКЛЯТЫМИ КУКЛАМИ!» («А4»);

– «НАРУШАЕМ 100 ПРАВИЛ за 24 часа!» («А4»);

– «УКРАЛИ САМУЮ ДОРОГУЮ КАРТИНУ!» («А4»);

– «Экстремальные прятки с ПОДПИСЧИКАМИ В ЗАБРОШЕННОЙ ТЮРЬМЕ!» («Дима Масленников»);

– «ЗАКРЫЛ МОЮ ДЕВУШКУ В ПОДВОДНОЙ ТЮРЬМЕ!» («EdisonPts»).

**Приём превосходства.** В этом случае в заголовке используются слова «самый», «лучший», «идеальный», «топ» и т. п.:

– «Лучший мод» («Marmok»);

– «Кулинар от бога» («Marmok»);

– «Идеальный мужчина» («Kuplinov Play»);

– «ВСЕ ХОТЯТ ЗАБАНИТЬ МЕНЯ В МАЙНКРАФТ» («EdisonPts»).

**Парцелляция** – синтаксический приём, который заключается в членении предложения на несколько обособленных с интонационной точки зрения фрагментов, что создаёт определённый стилистический и эмоциональный эффект: «Смех. Старх. Сдох» («Marmok»).

В рамках этого приёма важно подчеркнуть, что нередко на обложке видео также выводится заголовок. И достаточно часто он образует единое целое с заголовком под видео. В такой ситуации мы иногда наблюдаем парцелляцию: «Почти попали!» (на обложке) «Два самолёта столкнулись, оба пилота не знали об этом» (под видео) («AdMe»).

**Сегментированные конструкции.** Объект, событие, явление называются в первой части высказывания, а в последующей они как-либо уточняются:

– ««Баги, приколы, VR» Лучшее за весну 2023» («Marmok»);

– «Погоня за краем дождя. Почему это трудно?» («AdMe»).

**Вопросно-ответные конструкции.** Этот приём нередко имеет разговорную окраску и обычно эмоционально экспрессивен:

– «ЗА МНОЙ СЛЕДИЛИ?! Тот самый лес в Японии» («Дима Масленников»);

– «ПРИЗРАКА СНЯЛ НА КАМЕРУ? РЕАЛЬНЫЙ СЛУЧАЙ!» («Дима Масленников»).

**Повторы.** Обычно они привлекают внимание аудитории, поскольку демонстрируют значимость объекта, эскалируют эмоциональное воздействие текста. На каналах блогеров этот приём используется как общий принцип композиции названия. Например, структура названий на каждом конкретном канале имеет постоянную форму. На канале «А4» используются восклицательные предложения. На канале «AdMe» – вопросительные. В последнем случае мы также видим тенденцию дополнять основную тему ссылкой на присутствие в видео других тем:

– «Что, если ваш скелет был на улице и другие прикольные варианты» («AdMe»);

– «Девушка, которая спала 10 лет подряд и другие таинственные истории» («AdMe»);

– «Что если бы вы проснулись гигантом + безумные варианты развития событий» («AdMe»).

Или вот ещё один пример повтора конструкций на канале «EdisonPts»:

– МАЙНКРАФТ НО ДЕВЧАЧИЙ ОТВЕТ УБИВАЕТ!

– МАЙНКРАФТ НО МУЖСКОЙ ОТВЕТ УБИВАЕТ!

– МАЙНКРАФТ НО ЗЛОЙ ОТВЕТ УБИВАЕТ!

– МАЙНКРАФТ НО ШКОЛЬНЫЙ ОТВЕТ УБИВАЕТ!

– МАЙНКРАФТ НО СЛУЧАЙНЫЙ ОТВЕТ УБИВАЕТ!

В данном случае повтор одной и той же структуры осуществляется осознанно и решает несколько задач:

1) показывает зрителю, что видео со схожей структурой названия являются циклом;

2) выделяет плейлист по заголовочному принципу;



3) приучает аудиторию к сериальному потреблению;

4) служит для алгоритмов сигналом, что автор заботится о качестве контента, продумывая заголовки и приводя их к какой-либо системе. Последнее повышает «доверие» платформы и продвигает контент.

**Прецедентные тексты.** Данный приём основан на том, что в название включаются тексты, знакомые аудитории. Например: «Сделайте свой дом крепостью: советы по защите дома от взломщиков» («AdMe»).

**Антитеза** – противопоставление или использование противоположных понятий. Она позволяет подчеркнуть достоинства одного объекта и недостатки другого:

– «Еда из ЛУЧШИХ vs ХУДШИХ ресторанов» («А4»);

– «БОГАТЫЙ vs БЕДНЫЙ СУПЕР-ЗЛОДЕЙ» («А4»);

– «Новый кс. Старый я» («Marmok»);

– «Ломать – не строить» («Marmok»).

**Риторическое обращение.** Форма интерактивной коммуникации, заключающаяся в обращении к аудитории. Как правило, обращение имеет побудительный характер:

– «ВЫБЕРИ ПРАВИЛЬНУЮ ВЕРЁВКУ. ЧЕЛЕНДЖ» («А4»);

– «ПОПРОБУЙ НЕ ДВИГАТЬСЯ. ЧЕЛЕНДЖ» («А4»);

– «Не трогай мать!» («Marmok»);

– «Если вы увидите это существо, никогда не прикасайтесь к нему!» («AdMe»).

**Риторический вопрос.** Фигура речи, выражающаяся в том, что вопрос не предполагает получения ответа, но имеет целью привлечь внимание зрителя. Такой приём мы часто обнаруживаем на канале «AdMe»:

– «Почему некоторые грузовики имеют чучела на передней части» («AdMe»);

– «Почему футбольные поля имеют два цвета» («AdMe»);

– «Что будет, если все змеи исчезнут?» («AdMe»).

**Восклицательные предложения** придают эмоциональность высказыванию, укрепляют его значимость, привлекают внимание. Используются очень часто (72 % случаев). Так, на каналах «А4», «Дима Масленни-

ков» и «EdisonPts» почти все названия сопровождаются восклицательным знаком. Эпизодически такой подход используется и другими авторами («Молодёжи тут не место!» («Kuplinov Play»)).

Довольно часто используются **графические приёмы** привлечения внимания аудитории – шрифтовые выделения, цифры и другие знаки, выделяющиеся на фоне букв:

– «НЕВОЗМОЖНОЕ с вероятностью 0.0000001%!» («А4»);

– «100 видов ЕДЫ за 24 часа!» («А4»);

– «Превратил КОКА-КОЛА В ТОРТ!» («Дима Масленников»).

Иногда такие приёмы становятся своего рода фирменным знаком автора. Так, канал «Kuplinov ► Play» использует в названии стрелку, которая затем дублируется в названии всех видео на канале и проявляет качества логотипа автора:

– «ФИНАЛ ► Contraband Police #12» («Kuplinov Play»);

– «ЭЛЕАНОРА СОШЛА С УМА ► Atomic Heart: Инстинкт Истребления #1» («Kuplinov Play»);

– «ПРЕДАТЕЛЬ ► Contraband Police #3» («Kuplinov Play»).

– Гораздо реже в заголовках используется рифма, трюизм, усечение и другие формы работы со словом.

## ВЫВОДЫ

Таким образом, наше исследование позволяет сделать ряд важных промежуточных выводов:

1) популярные блогеры осознают значимость нейминга для продвижения собственного контента;

2) в этой работе они сталкиваются с рядом парадоксальных выборов: выбор между интересами аудитории и принципами работы алгоритмов, выбор между стремлением к оригинальности и эффективной работой уже устоявшихся вербальных конструкций;

3) преодолевая эти противоречия, авторы чаще всего используют такие приёмы, как принцип экзотики, повторы, восклицательные предложения;

4) авторы, как правило, воспринимают название видео на обложке и название под видеороликом как единый комплекс и не дублируют его;

5) достаточно часто используются графические элементы как способ привлечь внимание аудитории (прописные буквы, цифры, проценты, символы).

Вышесказанное, однако, является результатом исследования шести наиболее по-

пулярных YouTube-каналов русскоязычного сектора и не может быть экстраполировано на работу других блогеров. Исследование должно быть продолжено в направлении изучения работы нишевых каналов и определения значимости таких факторов, как целевая, аудиторная, тематическая направленность, форма собственности и т. д. в подходе к структурированию заголовочного комплекса.

### Список источников

1. Доронина Ю.Г. Videоблоги как новые медиа // Альманах мировой науки. 2018. № 6. С. 97-98. <https://elibrary.ru/yvqepz>
2. Каминская Т.Л. Ответственность за медиаконтент и проблема цензурирования коммуникативного пространства России // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2021. Т. 11. № 2. С. 96-101. <https://doi.org/10.26794/2226-7867-2021-11-2-96-101>, <https://elibrary.ru/htzvlp>
3. Шацкая А.Д., Макеенко М.И. Телеконтент в новых медиа: работа телевизионных каналов с эфирным контентом в Интернете. М.: Аспект Пресс, 2020. 144 с. <https://elibrary.ru/gcnkma>
4. Мультимедийная журналистика / под общ. ред. А.Г. Качкаевой, С.А. Шомовой. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. 413 с. URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01009395833>
5. Самсонова Е.А. Новые медиа – новая картина мира (к постановке вопроса о социально-сетевой картине мира) // Меди@льманах. 2020. № 4. С. 18-24. <https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.4.2020.1824>, <https://elibrary.ru/bwlbsk>
6. Шестерина А.М. Трансформация информационного поведения современной телевизионной аудитории // Зверева Е.А., Пинчук О.В., Сапунов В.И., Шестерина А.М. Особенности функционирования современных аудиовизуальных медиа. Воронеж: ВГУ, 2018. С. 124-169. <https://elibrary.ru/yvmutz>
7. Шестерина А.М. Приёмы актуализации метапрограмм в научно-популярном секторе видеоблогинга // Медиалингвистика. 2022. № 4. С. 403-413. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2022.407>, <https://elibrary.ru/gmbwyw>
8. Шестерина А.М. Проблемы формирования регионального интернет-телевидения // Вестник Воронежского университета. Серия: Филология. Журналистика. 2014. № 1. С. 234-236. <https://elibrary.ru/seqiqh>
9. Shesterina A.M., Zvereva E.A. Means of Emotional Impact on the Audience in User Media Content // Media Education. 2023. № 1. С. 179-189. <https://doi.org/10.13187/me.2023.1.179>, <https://elibrary.ru/rdrvit>
10. Бейненсон В.А. Развитие журналистских жанров и форматов в видеоблогах // Век информации. 2019. № 1. С. 82-93. <https://elibrary.ru/vyalpa>
11. Луциков В.А., Терских М.В. Жанрово-тематические и языковые особенности видеоблогов // Вестник Тамбовского университета. Серия: Общественные науки. 2018. № 14. С. 57-75. <https://elibrary.ru/ylrqjt>
12. Горошко Е. Возникновение лингвистики новых медиа и перспективы развития этого направления // Гипертекст как объект лингвистического исследования: материалы 3 Междунар. науч.-практ. конф. Самара: СГСПУ, 2013. С. 27-41. <https://elibrary.ru/sghemr>
13. Мусалитина Е.А. Феномен языковой креативности в подростковой интернет-культуре // Учёные записки Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета. 2022. № 4. С. 44-50. <https://doi.org/10.17084/20764359-2022-60-44>, <https://elibrary.ru/mgngkn>
14. Текутьева И.А. Жанрово-тематическая классификация видеоблогинга // Медиасреда. 2016. № 11. С. 107-113. <https://elibrary.ru/xenxer>
15. Шестерина А.М. Вербальные средства привлечения внимания аудитории в заголовочном комплексе видеоблогов // MEDIAОбразование: цифровая среда в условиях вынужденной метаморфозы: сб. материалов 7 Междунар. науч.-практ. конф. Челябинск: Изд-во ЧелГУ, 2022. С. 517-520. <https://elibrary.ru/wwbuhg>
16. Селютин А.А. Агрессивное речевое поведение в дискурсе игровых видеоблогов и видеостримов // Журналистский текст в новой технологической среде: достижения и проблемы: сб. материалов 3

конф. PMMIS (Post massmedia in the modern informational society). Челябинск: Изд-во ЧелГУ, 2019. С. 294-296. <https://elibrary.ru/yyosct>

## References

1. Doronina Yu.G. Videoblogi kak novye media [Video blogs as a new media]. *Al'manakh mirovoi nauki* [Almanac of World Science], 2018, no. 6, pp. 97-98. (In Russ.) <https://elibrary.ru/yvqepz>
2. Kaminskaya T.L. Responsibility for media content and the problem of censoring the communication space of Russia. *Gumanitarnye nauki. Vestnik Finansovogo universiteta = Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial University*, 2021, vol. 11, no. 2, pp. 96-101. (In Russ.) <https://doi.org/10.26794/2226-7867-2021-11-2-96-101>, <https://elibrary.ru/htzvlp>
3. Shatskaya A.D., Makeenko M.I. *Telekontent v novykh media: rabota televizionnykh kanalov s efirnym kontentom v Internete* [TV Content in New Media: Work of TV Channels with Broadcast Content on the Internet]. Moscow, Aspect Press, 2020, 144 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/gcnkma>
4. Kachkaeva A.G., Shomova S.A. (general eds.). *Mul'timediinaya zhurnalistika* [Multimedia Journalism]. Moscow, Higher School of Economics Publishing House, 2017, 413 p. (In Russ.) Available at: <https://search.rsl.ru/ru/record/01009395833>
5. Samsonova E.A. Novye media – novaya kartina mira (k postanovke voprosa o sotsial'no-setevoi kartine mira) [New media – a new picture of the world (to the question of the social network picture of the world)]. *Medi@l'manakh = Medi@lmanah*, 2020, no. 4, pp. 18-24. (In Russ.) <https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.4.2020.1824>, <https://elibrary.ru/bwlbsk>
6. Shesterina A.M. Transformatsiya informatsionnogo povedeniya sovremennoi televizionnoi auditorii [Transformation of information behavior of modern television audience]. In: Zvereva E.A., Pinchuk O.V., Sapunov V.I., Shesterina A.M. *Osobennosti funktsionirovaniya sovremennykh audiovizual'nykh media* [Features of the Functioning of Modern Audiovisual Media]. Voronezh, Voronezh State University Publ., 2018, pp. 124-169. (In Russ.) <https://elibrary.ru/yvmutz>
7. Shesterina A.M. Updating means metaprograms in the titles of audiovisual mediacontent in popular science sector of video blogging. *Medialingvistika = Media Linguistics*, 2022, no. 4, pp. 403-413. (In Russ.) <https://doi.org/10.21638/spbu22.2022.407>, <https://elibrary.ru/gmbwyw>
8. Shesterina A.M. Problems of formation of the regional Internet-television. *Vestnik Voronezhskogo universiteta. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika = Proceedings of Voronezh State University. Series: Philology. Journalism*, 2014, no. 1, pp. 234-236. (In Russ.) <https://elibrary.ru/seqiqh>
9. Shesterina A.M., Zvereva E.A. Means of emotional impact on the audience in user media content. *Media Education*, 2023, no. 1, pp. 179-189. <https://doi.org/10.13187/me.2023.1.179>, <https://elibrary.ru/rdrvit>
10. Beinenson V.A. Development of journalistic genres and formats in video blogs. *Vek informatsii = Information Age*, 2019, no. 1, pp. 82-93. (In Russ.) <https://elibrary.ru/vyalpa>
11. Lushchikov V.A., Tersikh M.V. Video blogging genre, thematical and linguistic properties. *Vestnik Tambovskogo universiteta. Seriya: Obshchestvennye nauki = Tambov University Review. Series Social Sciences*, 2018, no. 14, pp. 57-75. (In Russ.) <https://elibrary.ru/ylrqjt>
12. Goroshko E. Vozniknovenie lingvistiki novykh media i perspektivy razvitiya etogo napravleniya [The emergence of new media linguistics and the prospects for the development of this direction]. *Materialy 3 Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii «Gipertekst kak ob"ekt lingvisticheskogo issledovaniya»* [Proceedings of the 3rd International Scientific and Practice Conference “Hypertext as an Object of Linguistic Research”]. Samara, Samara State University of Social Sciences and Education Publ., 2013, pp. 27-41. (In Russ.) <https://elibrary.ru/sghemr>
13. Musalitina E.A. Language creativity phenomenon in teenage Internet-culture. *Uchenye zapiski Komsomol'skogo-na-Amure gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta = Scientific Notes of Komsomolsk-on-Amour State Technical University*, 2022, no. 4, pp. 44-50. (In Russ.) <https://doi.org/10.17084/20764359-2022-60-44>, <https://elibrary.ru/mgngkn>
14. Tekut'eva I.A. Zhanrovo-tematicheskaya klassifikatsiya videobloginga [Genre-thematic classification of video blogging]. *Mediasreda* [Media Environment], 2016, no. 11, pp. 107-113. (In Russ.) <https://elibrary.ru/xenxer>
15. Shesterina A.M. Verbal means of attraction of the audience in the header complex of videoblogs. *Sbornik materialov 7 Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii «MEDIAObrazovanie: tsifrovaya sreda v usloviyakh vyzhdennoi metamorfozy»* [Collection of materials of the 7th International Scientific and Prac-

- tice Conference “MEDIAEducation: Digital Environment under Forced Transformation”]. Chelyabinsk, Chelyabinsk State University Publ., 2022, pp. 517-520. (In Russ.) <https://elibrary.ru/wwbuhg>
16. Selyutin A.A. Aggressivnoe rechevoe povedenie v diskurse igrovykh videoblogov i videostrimov [Aggressive verbal behavior in the discourse of gaming video blogs and video streams]. *Sbornik materialov 3 konferentsii PMMIS (Post massmedia in the modern informational society) «Zhurnalistskii tekst v novoi tekhnologicheskoi srede: dostizheniya i problem»* [Collection of Materials of the 3rd Conference PMMIS (Post massmedia in the modern informational society) “Journalistic Text in the New Technological Environment: Achievements and Challenges”]. Chelyabinsk, Chelyabinsk State University Publ., 2019, pp. 294-296. (In Russ.) <https://elibrary.ru/yyosct>

#### Информация об авторе

**Стерликов Дмитрий Александрович**, сотрудник пресс-службы, Воронежский государственный университет инженерных технологий, г. Воронеж, Российская Федерация, <https://orcid.org/0009-0005-4915-6844>, [dimok36@yandex.ru](mailto:dimok36@yandex.ru)

**Вклад в статью:** идея исследования, поиск и анализ научной литературы, анализ видеоблогов и видеороликов, лингвистический анализ, обработка и редактирование материала, написание текста статьи.

Поступила в редакцию 22.06.2023

Поступила после рецензирования 05.09.2023

Принята к публикации 14.09.2023

#### Information about the author

**Dmitry A. Sterlikov**, Press Officer, Voronezh State University of Engineering Technologies, Voronezh, Russian Federation, <https://orcid.org/0009-0005-4915-6844>, [dimok36@yandex.ru](mailto:dimok36@yandex.ru)

**Contribution:** study idea, scientific literature search and analysis, analysis of vlogs and videos, linguistic analysis, material processing and editing, manuscript text drafting.

Received June 22, 2023

Revised September 5, 2023

Accepted September 14, 2023

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ / ORIGINAL ARTICLE

УДК / UDC 070

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-979-988>

Шифр научной специальности 5.9.9

## Роль региональных СМИ в формировании городского сообщества

Елена Николаевна КЛЕМЁНОВА , Наталья Игоревна ФЕДОСЕЕВА  

ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

344022, Российская Федерация, г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 69

 [fedoseewan@yandex.ru](mailto:fedoseewan@yandex.ru)

**Аннотация.** Актуальность и новизна исследования обусловлены недостаточной изученностью феномена урбанистического контента, выходящего на страницах региональных средств массовой информации. Цель исследования – определить роль региональных изданий в формировании городского сообщества, их вовлечённость в коммуникативное пространство городской среды. Эмпирическим исследовательским материалом для работы послужили СМИ ростовского региона, среди которых представители областных, районных, городских и корпоративных изданий, а также выпускаемый ими урбанистический контент. Для исследования было выбрано 7 периодических изданий и проанализировано 1550 публикаций урбанистического характера. Ведущим методом данного исследования является качественно-количественный анализ урбанистического контента прессы Ростовской области. В исследовании сформулированы выводы о том, что все рассмотренные типы региональных изданий занимают важное место в существующих процессах городской медиакоммуникации. В ходе исследования также выявлено, что среди изданий ростовского региона безоговорочную вовлечённость в процесс формирования городского сообщества демонстрируют областные СМИ. Эффективнее других типов изданий они освещают проблемы урбанизации на разных уровнях и влияют на формирование публичного мнения, на принятие решений, направленных на устойчивое развитие городов и региона в целом.

**Ключевые слова:** региональные СМИ, урбанистический контент, коммуникативное пространство города, городская среда, городская идентичность, СМИ Ростовской области

**Для цитирования:** Клемёнова Е.Н., Федосеева Н.И. Роль региональных СМИ в формировании городского сообщества // Неофилология. 2023. Т. 9. № 4. С. 979-988. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-979-988>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная






## The role of regional media in urban community development

Elena N. KLEMENOVA , Natalya I. FEDOSEEVA  

Rostov State University of Economics

69 Bolshaya Sadovaya St., Rostov-on-Don, 344002, Russian Federation

 [fedoseewan@yandex.ru](mailto:fedoseewan@yandex.ru)

**Abstract.** The relevance and novelty of the research are due to the insufficient study of the urban content phenomenon published on the pages of regional mass media. The purpose of the research is to determine the role of regional publications in urban community development, their involvement in the communicative space of urban environment. The empirical research material for the work is Rostov region mass media, including representatives of regional, district, city and corporate publications, as well as urban content produced by them. For the research, 7 periodicals are selected and 1550 publications of an urban nature are analyzed. The leading method of this research is a qualitative and quantitative analysis of the urban content of Rostov region press. The research formulates the conclusions that all the considered types of regional publications occupy an important place in the existing processes of urban media communication. The study also revealed that among the publications of the Rostov region, the regional media demonstrate unconditional involvement in the process of urban community development. More effective than other types of publications, they cover the problems of urbanization at different levels and influence the formation of public opinion, decision-making aimed at sustainable development of cities and the region as a whole.

**Keywords:** regional media, urban content, city communicative space, urban environment, urban identity, Rostov region media

**For citation:** Klemenova, E.N., & Fedoseeva, N.I. The role of regional media in urban community development. *Neofilologiya = Neophilology*, 2023;9(4):979-988. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-979-988>



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



### ВВЕДЕНИЕ

Современное городское сообщество тесно связано с медиа и информационной средой. Региональная пресса играет значительную роль в формировании и развитии городской среды, обеспечивая информационную поддержку, формирование общественного мнения и гражданскую активность. В данной работе исследуется роль региональной прессы в устройстве городского сообщества, а также её влияние на городскую идентичность и общественную инициативность.

Сегодня в научном дискурсе прослеживается явный интерес к вопросу роли СМИ в формировании городского сообщества. Так,

В.В. Абашев и И.М. Печищев в статье «Городские сетевые издания как агенты урбанизации» обращаются к проблеме «развития урбанистически ориентированных городских интернет-медиа» [1, с. 201], исследуют их влияние на жизнь общества в российских городах [1]. Е.А. Зверева в статье «Инструменты социализации в новых городских медиа» изучает «инструменты социализации аудитории, представленные в городских медиа в режимах адаптации и интеграции с социальной средой» [2, с. 83]. Л.В. Иванова в диссертационной работе «Пресса как фактор формирования городской среды и городского сообщества: на примере газетной периодики г. Ставрополя-на-Волге – Тольятти» иссле-

дует «процессы взаимодействия и взаимовлияния городской среды и городской прессы» [3, с. 14]. О.В. Ильина в статье «Новые городские медиа как субъект конструирования территориальной идентичности» акцентирует внимание на вопросе конструирования в СМИ символических городских карт с помощью концептов идентичности [4]. А.Н. Павлова в диссертации «Российский региональный город в информационной повестке общенациональных печатных СМИ» изучает «формы и характер взаимодействия общенациональной прессы с российскими региональными городами в процессе формирования информационной повестки дня» [5, с. 5].

Необходимо отметить, что упомянутые научные изыскания в большей степени сосредоточены на изучении роли новых городских медиа в формировании городской среды. По мнению большинства исследователей, именно сетевые СМИ нацелены на преобразование городского сообщества в медиакоммуникативную систему. Не подвергая сомнению эти умозаключения, мы рассматриваем в данном исследовании особенности организации всей подсистемы традиционных и сетевых региональных СМИ (областных, районных, городских изданий) в коммуникативном пространстве города. Также уделим внимание корпоративным изданиям. Широкий охват эмпирической базы обусловлен неоспоримым влиянием региональной прессы на сознание горожан в вопросах эволюции городской среды обитания. Кроме того, региональная периодика по-прежнему остаётся важным компонентом современного медиaprостранства России.

## ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

В исследовании была поставлена цель определить роль региональных СМИ в формировании городского сообщества. Для реализации этой цели нами были рассмотрены особенности организации региональной периодики в коммуникативном пространстве города. Также в исследовании представлен краткий обзор некоторых изданий, выпуск которых осуществляется на территории Ростовской области. На завершающем этапе ис-

следования проанализирован урбанистический контент в СМИ ростовского региона, а затем сформулированы выводы о вовлечённости изучаемых региональных медиа в коммуникативное пространство городской среды.

В описании результатов исследования часто применяется понятие «урбанистический контент», поэтому необходимо дать формулировку данному термину. Урбанистический контент – это контент, содержащий сведения о развитии городских систем, которые, в свою очередь, оказывают влияние на качество среды обитания общества.

В исследовании используются такие методы, как описательный, сопоставительный, классификационный, а также метод сплошной выборки. Базовой методикой исследования стал качественно-количественный анализ урбанистического контента, выпускаемого СМИ Ростовской области. Данный контент был оценён с точки зрения его следующих характеристик: позитивный контент (создаёт позитивные эмоции у аудитории), «проблемный» контент (содержит информацию об острых проблемах, которые нуждаются в решении), нейтральный контент (не содержит выраженной позиции, не вызывает сильных эмоций у аудитории). Коннотация публикаций урбанистической направленности была определена с помощью опроса городского населения Ростовской области. Респондентам было дано задание выбрать одну эмоцию (позитивную, нейтральную, негативную), которую они испытывают при прочтении заголовков, лидов или хэдлинов текстов региональных медиа. В связи с большим объёмом предложенной для оценки информации (1550 текстовых единиц) данный опрос проводился в течение одного месяца в три этапа с разной фокус-группой, всего в опросе участвовали 557 респондентов. На основании мнения большинства сделан вывод о тональности рассматриваемого урбанистического контента.

Эмпирической базой в данном исследовании послужили материалы урбанистического характера, которые были опубликованы на страницах СМИ ростовского региона в период с января 2020 по декабрь 2022 г. Среди всего массива изданий области нами вы-

браны яркие представители разных типов СМИ согласно ареалу их распространения. Областные издания: информационно-аналитическая газета Ростовской области «Молот», деловая еженедельная газета и деловой портал «Город N»; районные издания: общественно-политическая газета и сетевое издание Морозовского района Ростовской области «Морозовский вестник», еженедельная общественно-политическая газета и сетевое издание Зерноградского района Ростовской области «Донской маяк»; городские СМИ: городская газета «Ростов официальный», городской новостной портал 161.ru. Кроме того, в эмпирический массив вошла корпоративная газета «Ростсельмаш». Несмотря на то, что корпоративная пресса не относится к типологической группе изданий, выделяемой по области информационного влияния, «Ростсельмаш» является исключением среди прессы предприятий, организаций, учреждений: 95 лет газета не только исправно выполняет основные функции корпоративного издания, но и ведёт на своих страницах летопись развития города Ростова-на-Дону. Таким образом, общий массив выборки включает в себя 1550 публикаций урбанистического характера. Данный перечень изданий также обусловлен периодическим выпуском урбанистического контента на своих страницах, что позволяет нам заведомо говорить о существующем процессе их социальной коммуникации в городской среде.

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В системе отечественных СМИ неоспорима значимость региональных изданий. В своих научных исследованиях это подтверждают такие учёные, как А.И. Акопов<sup>1</sup>, Е.В. Ахмадулин, А.И. Станько<sup>2</sup>, Я.Н. Засурский<sup>3</sup>, С.Г. Корконосенко<sup>4</sup>, Е.А. Корнилов<sup>5</sup>,

В.В. Тулупов с соавт.<sup>6</sup>, М.В. Шкондин, Л.Л. Реснянская<sup>7</sup>, Г.С. Зуева, М.А. Дубовер [6], И.И. Карпенко [7] и другие исследователи. Перечисленные учёные также солидарны во мнении, что среди типологических характеристик региональной прессы важное место занимает её территориальная принадлежность. Исследовав различные вариации сегментирования периодики по данному признаку, мы пришли к выводу, что простейшая модель российской прессы будет включать в себя общероссийские и региональные СМИ, последние, в свою очередь, представлены областными, районными, городскими изданиями и изучаются в данном исследовании.

Областные СМИ предоставляют широкую и всестороннюю информацию о событиях и происходящих изменениях на территории области. Они освещают политические, экономические, социальные, культурные и другие аспекты жизни региона. Благодаря своей широкой аудитории и ресурсам они имеют возможность глубоко рассматривать проблемы урбанизации на региональном уровне. Они могут проводить расследования, предоставлять аналитические материалы и выявлять суть проблем, связанных с развитием городов и регионов. В коммуникативном пространстве города перед областными СМИ стоят следующие задачи: освещать проблемы урбанизации на региональном уровне; влиять на принятие решений в региональной политике, поднимая проблемы урбанизации и создавая общественное сознание вокруг них; проводить серьёзные расследования и предоставлять детальную аналитику, выявляя последствия проблем урбанизации в регионе.

<sup>1</sup> Акопов А.И. Периодические издания. 2-е изд., доп. Ростов н/Д.: Изд-во ООО МП «Книга», 1999. 91 с.

<sup>2</sup> Ахмадулин Е.В., Станько А.И. Региональная печать Дона и Северного Кавказа. Ростов н/Д.: Изд-во Южного федерального ун-та, 2014. 370 с.

<sup>3</sup> Засурский Я.Н. Система средств массовой информации России. М.: Аспект пресс; Изд-во Моск. ун-та, 2001. 259 с.

<sup>4</sup> Корконосенко С.Г. Основы творческой деятельности журналиста. СПб.: Общество «Знание» СПб. и Лен. обл., 2000. 272 с.

<sup>5</sup> Корнилов Е.А. Типология периодической печати: основные понятия и категории // Типология периодических изданий: межвуз. сб. науч. статей / ответ ред. Е.А. Корнилов. Ростов н/Д.: Изд-во Ростов. ун-та, 1984. 157 с.

<sup>6</sup> Грабельников А.А., Золотухин А.А., Кажикин А.А., Марчан К.В. Тулупов В.В., Тулупов В.В. Типология прессы: история, теория, практика. Воронеж: ИД ВГУ, 2019. 204 с.

<sup>7</sup> Шкондин М.В., Реснянская Л.Л. (ред.). Типология периодической печати. М.: Аспект Пресс, 2009. 236 с.

Среди областной прессы Ростовской области нами выбраны два издания – информационно-аналитическая газета «Молот»<sup>8</sup> и деловое издание «Город N»<sup>9</sup> (выходит в формате печатной газеты и имеет одноимённый деловой интернет-портал). В исследовании представлен краткий обзор этих изданий, а в табл. 1 отражены результаты качественно-количественного анализа урбанистического контента в областных СМИ Ростовской области в период с 2020 по 2022 г. включительно.

Информационно-аналитическая газета Ростовской области «Молот» по праву считается старейшим изданием Донского края (издаётся с 1917 г., сменила несколько названий: «Наше знамя», «Рабочая правда», «Трудовой Дон» и др.). Сегодня «Молот» – это единственная областная газета, в которой Правительство Ростовской области сохраняет учредительство. Газета входит в состав регионального медиахолдинга «Дон-медиа», который также выступает соучредителем издания.

Миссия СМИ – информировать аудиторию о перспективах развития региона, выступать площадкой для обсуждения важных вопросов из разных сфер развития Ростовской области.

На страницах издания является популярной тема благоустройства городов и иных поселений ростовского региона. Урбанистический контент представлен сбалансированностью экономических, социальных, демографических, правовых и других факторов развития общества. В газете присутствует ряд рубрик, в которых публикуются материалы урбанистической направленности: «Инфраструктура», «Экология», «Благоустройство», «Транспорт» и пр.

«Город N» – областная деловая еженедельная газета и деловой портал. Медиа является продуктом одноимённого издательского дома, газета издаётся с 1992 г., интернет-СМИ было зарегистрировано в 2000 г. Создателем, главным редактором, соучредителем издания является Сергей Строителей.

Целевое назначение СМИ – «способствовать развитию бизнеса в Ростовской области, предоставлять читателям наибольший объём качественной локальной деловой информации»<sup>10</sup>.

Несмотря на то, что издание имеет деловую направленность, оно уделяет особое внимание развитию городов Ростовской области, отражая взаимозависимость современной урбанизации и экономической сферы региона. Среди рубрик, содержащих урбанистический контент, – «Панорама недели», «Деловая недвижимость», «Общество», «В городе».

Районные СМИ – преимущественно эти издания содержат информацию местного значения, играют важную роль в поддержке местного сообщества, они представляют мнения, инициативы и достижения жителей района, способствуя их узнаваемости, идентичности и вовлечённости. В коммуникативном пространстве города районные СМИ обладают следующими особенностями: имеют более узкую аудиторию, что позволяет им глубоко изучать и освещать проблемы урбанизации на местном уровне; тесно связаны с местным сообществом и имеют возможность предоставлять платформу для обсуждения проблем урбанизации и взаимодействия между жителями и органами власти; уделяют внимание местной специфике и проблемам, связанным с урбанизацией в конкретном районе; отражают интересы и потребности местных жителей, помогая им выразить своё мнение по проблемам урбанизации.

В Ростовской области выходит более 60 районных СМИ, в большинстве своём – это печатные газеты, редакции которых также владеют одноимёнными сетевыми изданиями. В исследовании рассматриваются два районных СМИ – общественно-политическая газета и сетевое издание Морозовского района Ростовской области «Морозовский вестник»<sup>11</sup>, еженедельная общественно-политическая газета и сетевое издание Зерноградского района Ростовской области

<sup>8</sup> «Молот» – информационно-аналитическая газета Ростовской области. Архив. URL: <https://don24.ru/molot/> (дата обращения: 01.07.2023).

<sup>9</sup> «Город N» – ростовский деловой портал. URL: <https://gorodn.ru/> (дата обращения: 01.07.2023).

<sup>10</sup> «Город N» – сетевое издание. URL: <https://gorodn.ru/> (дата обращения: 01.07.2023).

<sup>11</sup> «Морозовский вестник» – сетевое издание. URL: <https://morozvest.ru/> (дата обращения: 01.07.2023).

«Донской маяк»<sup>12</sup>. Стоит отметить, что работа районных редакций ростовского региона имеют схожие особенности, а указанные СМИ, в данном случае, выступают примером того, как в целом организован процесс взаимодействия районной прессы Ростовской области с городской средой. В исследовании представлен краткий обзор этих изданий, а в табл. 1 отражены результаты качественно-количественного анализа урбанистического контента в районных СМИ Ростовской области в период с 2020 по 2022 г. включительно.

Общественно-политическая газета Морозовского района Ростовской области «Морозовский вестник» была основана в 1999 г., но история «предшественников» издания началась намного раньше – в 1920 г. Учредителями современной газеты выступают Комитет по управлению имуществом администрации Морозовского района и редакция газеты «Морозовский вестник», которая также выступает учредителем сетевого одноимённого издания.

Миссия СМИ – информировать жителей района о местных событиях, создавать у аудитории территориальную идентичность. Кроме того, на сайте издания формируется региональная и общероссийская информационная повестка.

Как и положено районной прессе, издание в первую очередь уделяет внимание жителям небольших поселений района и событиям, которые там происходят. Значительно реже в СМИ встречаются публикации, посвящённые благоустройству административного центра района – городу Морозовск. Урбанистический контент чаще можно встретить на сайте издания, а не в его печатной версии, например, в рубриках «Новости Морозовского района», «Общество», «Мероприятия».

Общественно-политическая газета Зерноградского района Ростовской области «Донской маяк» впервые вышла в свет в 1992 г., до этого момента районная газета неоднократно меняла своё название и была основана ещё в 1930 г. Учредителями современной газеты выступают администрация

Зерноградского района и коллектив редакции, с 2012 г. редакцией издаётся сетевое одноимённое СМИ.

Миссия издания – формировать информационную повестку в районе, освещать главные события региона, усиливать территориальную идентичность среди жителей района.

Как и в «Морозовском вестнике», в данном издании чаще можно прочитать о благоустройстве всего района, реже – о состоянии городской среды административного центра, города Зерноград. В газете нет чёткой рубрики, а на сайте урбанистический контент можно встретить в разделах «Короткой строкой», «Новости». Как правило, такие публикации урбанистической направленности являются актуальными для жителей всего района, а не только для горожан.

*Городские СМИ.* Этот тип изданий распространяется в пределах города и обеспечивает его жителей информацией о событиях городской жизни. В коммуникативном пространстве города перед этими СМИ стоят следующие задачи: специализироваться на освещении проблем, связанных с урбанизацией; освещать такие темы, как благоустройство, транспортная инфраструктура, жилищная политика и другие аспекты развития города; играть важную роль в формировании городской идентичности и культуры; предоставлять платформу для выражения мнений и идей, то есть позволять обществу обсуждать важные вопросы, связанные с городской политикой, развитием инфраструктуры, охраной окружающей среды и пр.

Для проведения качественно-количественного анализа урбанистического контента в городских СМИ были выбраны два медиа-«антипода» – правительственная городская газета «Ростов официальный» и независимый городской новостной портал [161.ru](https://161.ru). Представлен краткий обзор этих изданий.

Городская газета «Ростов официальный»<sup>13</sup> выпускается с 1994 г., учредителем издания выступает администрация города Ростова-на-Дону. В свою очередь, редакция

<sup>12</sup> «Донской маяк» – сетевое издание. URL: <https://gazeta-dm.com/> (дата обращения: 01.07.2023).

<sup>13</sup> «Ростов официальный» – городская газета Ростова-на-Дону. Архив. URL: <https://rostof.ru/paper/archiv> (дата обращения: 01.07.2023).



газеты выступает учредителем сетевого издания «ROSTOF.RU»<sup>14</sup>.

Миссия СМИ – информировать аудиторию о городских событиях, а также формировать положительный имидж города и местной власти.

Городская среда всегда находится в фокусе внимания редакции издания. Урбанистический контент с позитивной характеристикой занимает большую часть полос в газете и разделов на сайте, тема города присутствует в таких разделах, как «Политика», «Общество», «Экономика», «Культура», «Отдых» и пр.

Городской новостной портал 161.ru<sup>15</sup> был зарегистрирован как интернет-СМИ в 2017 г. Учредителем медиа выступает сеть российских городских интернет-СМИ ООО «Сеть городских порталов» (входит в состав крупной медиакомпания «Шкулёв Медиа Холдинг»).

Миссия СМИ – ежедневно формировать информационную повестку дня для жителей города Ростова-на-Дону.

Урбанистический контент является популярным тематическим направлением в издании, на сайте для такого контента есть даже отдельные спецразделы: «Застройка Левобережья», «Застройка Ростова», «Исчезающий Ростов». С частой периодичностью на сайте выходят материалы, из которых можно узнать о существовании проблем городского благоустройства.

Так как в эмпирическую базу исследования вошла корпоративная газета «Ростсельмаш», был проанализирован выпускаемый ею урбанистический контент, считаем уместным рассмотреть особенности данного типа изданий.

*Корпоративные СМИ (издания предприятий, организаций, учреждений).* Как правило, корпоративным называется издание, которое служит интересам определённой компании, выпускается её сотрудниками. Корпоративные СМИ информируют свою аудиторию о деятельности корпорации (компании,

предприятия, организации, учреждения), содействуют сплочению её сотрудников и выступают проверенным каналом коммуникации. В медиаландшафте города корпоративные СМИ имеют следующие особенности: демонстрируют заинтересованность работников, клиентов и других сторон-участников корпорации в развитии городской среды, рассказывают об их деятельности, направленной на благоустройство городского сообщества. Кроме того, медиа градообразующих предприятий выполняют некоторые функции городских СМИ и наравне с ними формируют единое информационное пространство города. Перечисленные особенности подтверждают целесообразность рассмотрения корпоративного издания в общем массиве региональных СМИ.

В данном исследовании урбанистический контент анализируется в газете «Ростсельмаш»<sup>16</sup>. Корпоративное СМИ компании «Ростсельмаш» трансформировалось из заводской многотиражки, первый выпуск которой вышел в 1928 г. С первого дня своего существования и по сей день газета не только освещает жизнь завода, но и информирует ростовчан о том, как развивается их город.

Урбанистический контент в современной корпоративной газете можно встретить в рубриках «Новости», «Технологии», «Реконструкция», «Развитие». Стоит отметить, что «в настоящее время наблюдается тенденция сокращения публикуемых в газете материалов, затрагивающих проблемы развития города Ростова-на-Дону. Чтобы этого не произошло совсем, и печатное издание не превратилось во внутрикорпоративную газету, руководству предприятия необходимо больше взаимодействовать с городскими властями, городскими организациями и жителями Ростова-на-Дону» [8, с. 189].

Результаты качественно-количественного анализа урбанистического контента, который был выпущен изданием в период с 2020 по 2022 г., отражены в табл. 1.

<sup>14</sup> ROSTOF.RU – сетевое издание. URL: <https://rostof.ru/> (дата обращения: 01.07.2023).

<sup>15</sup> 161.ru – сетевое издание. URL: <https://161.ru/> (дата обращения: 01.07.2023).

<sup>16</sup> «Ростсельмаш» – корпоративная газета компании «Ростсельмаш». Архив. URL: <https://rostselmash.com/media/newspaper/> (дата обращения: 01.07.2023).

Таблица 1

Результаты качественно-количественного  
анализа урбанистического контента  
в региональных СМИ  
Ростовской области (2020–2022 гг.)

Table 1

Results of qualitative and quantitative  
analysis of urban content in regional media  
of the Rostov region (2020–2022)

Типы СМИ	Характеристики контента (количество)			Всего
	Позитивный контент	«Проблемный» контент	Нейтральный контент	
Областные	337	157	165	<b>659</b>
Районные	68	11	33	<b>112</b>
Городские	500	116	129	<b>745</b>
Корпоративные	28	–	6	<b>34</b>

Качественно-количественный анализ региональных СМИ Ростовской области показал, что среди рассматриваемых типов изданий, выпускаемых в регионе, активнее остальных вопросы урбанизации освещают городские и областные СМИ. Несмотря на то, что по частоте выхода урбанистического контента областные издания уступают городским, первые стремятся не только информировать аудиторию о состоянии городской среды, но и пытаются разобраться в проблемах урбанизации и найти ответы на вопросы общества, предложить пути решения проблем современного города. Это подтверждает факт существования эффективной медиакommunikации между данным типом СМИ и регионом в целом, подчёркивает важность роли областных изданий в формировании городского сообщества. В свою очередь, отставание городских СМИ ростовского региона в вопросах взаимодействия с городской средой и эффективного выстраива-

ния медиакommunikации в обществе чаще обусловлено конфликтом интересов (касается изданий, находящихся на гособеспечении) и недостатком необходимых ресурсов (речь о независимых городских изданиях).

## ВЫВОДЫ

Настоящее исследование является попыткой осмысления роли региональных СМИ в формировании городского сообщества. Рассмотрены особенности всей подсистемы региональных изданий по ареалу их распространения (областные, районные, городские). Кроме того, был рассмотрен тип корпоративной прессы. Для определения степени вовлеченности региональных медиа в коммуникативное пространство городской среды был проведён качественно-количественный анализ урбанистического контента в региональных СМИ Ростовской области (период выхода публикаций – 2020–2022 гг.). Всего было рассмотрено 7 изданий – 2 областных, 2 районных, 2 городских и 1 корпоративное. Общее количество проанализированных публикаций урбанистической направленности – 1550 единиц. Анализ подверглись публикации, содержащие информацию об урбанизации городов Ростовской области, соответственно, в первую очередь рассмотренный контент интересен городскому населению и касается их повседневной жизни. Кроме того, проведённый нами опрос, описанный в результатах исследования, целенаправленно был разработан для жителей городов региона. Все это позволило нам дать оценку влияния региональных СМИ именно на городское сообщество, исключая жителей региона, проживающих в сельских поселениях области. В результате проведённого исследования мы пришли к выводу, что все рассмотренные типы СМИ, обладая уникальными особенностями, являются ценными участниками медиакommunikационных процессов, протекающих в современных городах. Результаты этого исследования также подтверждают тезис о том, что региональные издания оказывают непосредственное влияние на общественное мнение, городскую идентичность и гражданскую активность ау-

дитории. Каждый регион и город имеет свою специфику и проблемы, связанные с урбанизацией. Региональные СМИ имеют уникальную возможность исследовать и продвигать местные проекты и инициативы, направленные на улучшение жизни городских сообществ.

В исследовании также установлено, что в Ростовской области наибольшую вовлечённость в процесс с городской средой демонстрируют областные издания. Они не только информируют свою аудиторию о протекающих процессах урбанизации в городах

региона, но и оказывают непосредственное влияние на них: по данной теме в областных СМИ периодически появляются аналитические материалы, проблемные статьи, статистика и публикуются экспертные мнения.

Для научного понимания проблемы феномена урбанистического контента в отечественных региональных СМИ в дальнейшем планируется проведение более широкого исследования организации региональных медиа в коммуникативном пространстве городской среды.

### Список источников

1. Абашев В.В., Печищев И.М. Городские сетевые издания как агенты урбанизации // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2018. № 4 (30). С. 201-214. <https://elibrary.ru/pjrtbn>
2. Зверева Е.А. Инструменты социализации в новых городских медиа // Социально-гуманитарные знания. 2019. № 8. С. 76-83. <https://elibrary.ru/agpjro>
3. Иванова Л.В. Пресса как фактор формирования городской среды и городского сообщества: на примере газетной периодики г. Ставрополя-на-Волге – Тольятти: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Тольятти, 2005. 22 с. <https://elibrary.ru/zndhzbz>
4. Ильина О.В. Новые городские медиа как субъект конструирования территориальной идентичности // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2018. № 4 (30). С. 215-223. <https://elibrary.ru/ypmudb>
5. Павлова А.Н. Российский региональный город в информационной повестке общенациональных печатных СМИ: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2019. 26 с. URL: <https://viewer.rsl.ru/ru/rsl01008702181?page=1&rotate=0&theme=white>
6. Зуева Г.С., Дубовер М.А. Факторы стресса в работе журналиста региональных СМИ (на материале Пензенской и Ростовской областей) // Неофилология. 2023. Т. 9. № 3. С. 657-667. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-3-657-667>, <https://elibrary.ru/lvawkk>
7. Карпенко И.И. Структурно-композиционные приёмы инфотейнмента в медиатекстах региональных печатных СМИ // Неофилология. 2023. Т. 9. № 3. С. 641-656. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-3-641-656>, <https://elibrary.ru/ojocbk>
8. Федосеева Н.И. Газета «Ростсельмаш» в коммуникативном пространстве города Ростова-на-Дону: исторический аспект // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2021. Т. 2. № 2. С. 183-190. [https://doi.org/10.51965/2076-7919\\_2021\\_2\\_2\\_183](https://doi.org/10.51965/2076-7919_2021_2_2_183), <https://elibrary.ru/cbxwhj>

### References

1. Abashev V.V., Pechishchev I.M. Gorodskie setevye izdaniya kak agenty urbanizatsii [Urban online publications as agents of urbanization]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya = Sign: Problematic Field in Mediaeducation*, 2018, no. 4 (30), pp. 201-214. (In Russ.) <https://elibrary.ru/pjrtbn>
2. Zvereva E.A. Socialization tools in new urban media. *Sotsial'no-gumanitarnye znaniya = Social and Humanitarian Knowledge*, 2019, no. 8, pp. 76-83. (In Russ.) <https://elibrary.ru/agpjro>
3. Ivanova L.V. *Pressa kak faktor formirovaniya gorodskoi sredy i gorodskogo soobshchestva: na primere gazetnoi periodiki g. Stavropolya-na-Volge – Tol'yatti: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk* [The Press as a Factor in the Formation of the Urban Environment and the Urban Community: on the Example of Newspaper Periodicals of the City Of Stavropol-On-Volga – Togliatti. PhD (Philology) diss. abstr.]. Togliatti, 2005, 22 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/zndhzbz>
4. Il'ina O.V. *Novye gorodskie media kak sub'ekt konstruirovaniya territorial'noi identichnosti* [New urban media as a subject of the construction of territorial identity]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya =*

- Sign: Problematic Field in Mediaeducation*, 2018, no. 4 (30), pp. 215-223. (In Russ.) <https://elibrary.ru/ypmudb>
5. Pavlova A.N. *Rossiiskii regional'nyi gorod v informatsionnoi povestke obshchefederal'nykh pechatnykh SMI: avtoref. dis. ... kandidata filol. nauk* [Russian Regional City in the Information Agenda of the Federal Print Media. PhD (Philology) diss. abstr.]. Yekaterinburg, 2019, 26 p. (In Russ.) Available at: <https://viewer.rsl.ru/ru/rsl01008702181?page=1&rotate=0&theme=white>
  6. Zueva G.S., Dubover M.A. Stress factors in the work of regional mass media journalist (on the material of the Penza and Rostov regions). *Neofilologiya = Neophilology*, 2023, vol. 9, no. 3, pp. 657-667. (In Russ.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-3-657-667>, <https://elibrary.ru/lvawkk>
  7. Karpenko I.I. Structural and compositional techniques of infotainment in media texts of regional print media. *Neofilologiya = Neophilology*, 2023, vol. 9, no. 3, pp. 641-656. (In Russ.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-3-641-656>, <https://elibrary.ru/ojocbk>
  8. Fedoseeva N.I. Gazeta the newspaper "Rostselmash" in the communicative space of the city of Rostov-on-Don: historical aspect. *Vestnik Volzhskogo universiteta im. V.N. Tatishcheva = Vestnik of Volzhsky University after V.N. Tatischev*, 2021, vol. 2, no. 2, pp. 183-190. (In Russ.) [https://doi.org/10.51965/2076-7919\\_2021\\_2\\_2\\_183](https://doi.org/10.51965/2076-7919_2021_2_2_183), <https://elibrary.ru/cbxwhj>

#### Информация об авторах

**Клемёнова Елена Николаевна**, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой журналистики, Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0002-2281-8976>, [klemenova@yandex.ru](mailto:klemenova@yandex.ru)

**Вклад в статью:** разработка общей концепции статьи, проведение исследования и обработка его результатов, окончательное редактирование статьи.

**Федосеева Наталья Игоревна**, старший преподаватель кафедры журналистики, Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0002-0393-826X>, [fedoseewan@yandex.ru](mailto:fedoseewan@yandex.ru)

**Вклад в статью:** идея исследования, сбор и анализ эмпирического материала, обзор научных источников, написание и оформление текста статьи.

Конфликт интересов отсутствует.

Поступила в редакцию 12.08.2023  
Поступила после рецензирования  
и доработки 09.10.2023  
Принята к публикации 12.10.2023

#### Information about the authors

**Elena N. Klemenova**, Dr. habil. (Philology), Professor, Head of Journalism Department, Rostov State University of Economics, Rostov-on-Don, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0002-2281-8976>, [klemenova@yandex.ru](mailto:klemenova@yandex.ru)

**Contribution:** general manuscript concept development, research conducting and its results processing, final manuscript editing.

**Natalia I. Fedoseeva**, Senior Lecturer of Journalism Department, Rostov State University of Economics, Rostov-on-Don, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0002-0393-826X>, [fedoseewan@yandex.ru](mailto:fedoseewan@yandex.ru)

**Contribution:** study idea, empirical material acquisition and analysis, scientific resources review, manuscript text drafting and design.

There is no conflict of interests.

Received August 12, 2023  
Approved after reviewing and revision  
October 9, 2023  
Accepted October 12, 2023

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ / ORIGINAL ARTICLE

УДК / UDC 808.56:811.161.1

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-989-997>

Шифр научной специальности 5.9.9

## Трансформация диалогических жанров в онлайн-пространстве: анализ и перспективы развития

Алина Евгеньевна ДЯТЛОВА<sup>1,2</sup> , Сергей Николаевич ИЛЬЧЕНКО<sup>2</sup>  

<sup>1</sup>РITERRA (ООО «ТЕРРА-НОВА»)

199178, Российская Федерация, г. Санкт-Петербург, 16-я В.О. линия, 93, корп. 2

<sup>2</sup>ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет»

199034, Российская Федерация, г. Санкт-Петербург, Университетская наб., 7-9

 [tv\\_and\\_radio@mail.ru](mailto:tv_and_radio@mail.ru)

**Аннотация.** Рассмотрены основные особенности развития диалогических жанров в онлайн-среде. Описана история развития диалогических форматов и выделены особенности их функционирования в онлайн-пространстве. В частности, отмечено влияние сетевых медиа на эволюцию диалогических форматов. В эмпирической части проведён обзор выбранных YouTube-каналов, чтобы рассмотреть, каким образом реализуются особенности диалогических форматов в онлайн-пространстве. В результате исследования была сформулирована общая характеристика эволюции диалогических форматов в онлайн-пространстве и выявлено влияние платформы размещения на формат и содержание диалогических жанров. Рассмотрены особенности роли ведущего в создании эффективного интервью, а также ведения интервью в онлайн-пространстве. В заключение сделаны выводы и предложены рекомендации для развития диалогических форматов в онлайн-среде. Перспективы дальнейшего исследования включают проведение более детального анализа эволюции диалогических форматов в онлайн-пространстве и их влияния на аудиторию.

**Ключевые слова:** диалогические форматы, онлайн-пространство, ведущий, платформа размещения, эволюция, интервью, YouTube-каналы, сетевые медиа

**Для цитирования:** Дятлова А.Е., Ильченко С.Н. Трансформация диалогических жанров в онлайн-пространстве: анализ и перспективы развития // Неофилология. 2023. Т. 9. № 4. С. 989-997. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-989-997>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная





## Transformation of dialogic genres in the online space: analysis and development prospects


Alina E. DYATLOVA<sup>1,2</sup> , Sergey N. ILCHENKO<sup>2</sup>  

<sup>1</sup>PITERRA (LLC "TERRA-NOVA")

2 bldg 93 16 Liniya Vasilyevskogo Ostrova, St. Petersburg, 199178, Russian Federation

<sup>2</sup>Saint Petersburg State University

7-9 Universitetskaya Emb., St. Petersburg, 199034, Russian Federation

 [tv\\_and\\_radio@mail.ru](mailto:tv_and_radio@mail.ru)

**Abstract.** The main features of dialogic genres development in the online environment are considered. The history of dialogic formats development is described and the features of their functioning in the online space are highlighted. In particular, the influence of network media on the dialogic formats evolution is noted. In the empirical part, a review of selected YouTube channels is carried out to consider how the dialogic formats features are implemented in the online space. As a result of the study, a general characteristic of dialogic formats evolution in the online space is formulated and the hosting platform influence on the format and content of dialogic genres is identified. The features of the presenter's role in creating an effective interview, as well as conducting interviews in the online space are considered. In conclusion, the study draws conclusions and offers recommendations for the development of dialogic formats in the online environment. Prospects for further research include conducting a more detailed analysis of dialogic formats evolution in the online space and their impact on the audience.

**Keywords:** dialogical formats, online space, presenter, hosting platform, evolution, interviews, YouTube channels, network media

**For citation:** Dyatlova, A.E., & Ilchenko, S.N. Transformation of dialogic genres in the online space: analysis and development prospects. *Neofilologiya = Neophilology*, 2023;9(4):989-997. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-989-997>



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



### ВВЕДЕНИЕ

Диалогические жанры – это жанры, предполагающие участие двух или более людей, которые обмениваются мнениями, идеями и информацией в рамках определённой формы коммуникации. Их история насчитывает множество веков, начиная с античности.

В древней Греции диалогические формы были широко распространены, например, сократический диалог, который был в основном формой философского дискурса. В Риме диалогические формы развивались дальше и получили новые формы, такие как эпистолярный жанр, позволявший обмениваться письмами.

Развитие печати породило новые диалогические формы, такие как беседа, интервью и дискуссия. В XVIII веке дискуссии стали основой многих журналов и газет, где люди могли обсуждать важные социальные и политические вопросы [1].

В XX веке появились новые формы диалогических жанров, такие как ток-шоу и радио-шоу, которые были в основном предназначены для массовой аудитории и позволяли выражать мнения и обсуждать различные вопросы на широкой публике.

В основе работы лежит прежде всего базовое положение диалогической теории

М.М. Бахтина<sup>1</sup>: диалог – это всегда событие, так как диалогическое общение проявляется в равноправии и равноценности партнёров, не отрицает право на свою точку зрения, поэтому диалогичность всегда представляет характер становления события. В 20–30-х гг. XX века такие учёные, как Л.В. Щерба<sup>2</sup>, Л.П. Якубинский<sup>3</sup>, М.М. Бахтин заложили основы теории диалога в своих трудах. Уже тогда понятие диалога связывали с социальной сущностью языка и реализацией его коммуникативной функции. Л.В. Щерба не представлял без диалога жизнь языка: «язык «живёт» и развивается главным образом в диалоге». Академик писал о невозможности коммуникации без второго лица (читающего или слушающего). Л.П. Якубинский, посвятивший главу естественности диалога и искусственности монолога, писал, что «в сущности, всякое взаимодействие людей есть именно взаимодействие; оно по существу стремится избежать односторонности, хочет быть двусторонним, диалогичным». По Л.Н. Когану<sup>4</sup> диалог – это «не только вопросно-ответная форма мышления, как он подчас трактуется в словарях, не только способ усвоения информации, не только авторский приём, но и само реальное бытие культуры», а если мы возьмём более узкое значение, то это «способ реализации функций журналистики»<sup>5</sup>. М.М. Бахтин наглядно продемонстрировал, что диалог может происходить не только между различными социальными субъектами, он неминуемо идёт и внутри каждого социального субъекта, в том числе в сознании каждого отдельного человека.

Методологической основой работы являются труды известных учёных, в которых рассматриваются теоретические понятия и анализируются проблемы теории и аксиологии журналистики (И.М. Дзялошинский [2],

В.А. Сидоров [3], С.Г. Корконосенко [4], Л.Г. Свитич [5]), работы по жанроведению (Р.А. Борецкий [6], В.Л. Цвик [7], Л.П. Шестёркина и Т.Д. Николаева [8]); особенностям коммуникации в сетевых медиа (М.Ю. Сидорова [9], И.Н. Блохин и С.Г. Корконосенко [10]); психологическим аспектам теории журналистики (Г.С. Мельник [11], Т.И. Попова [12], А.М. Шестерина [13]); коммуникативным стратегиям и тактикам, лингвистической прагматике (О.С. Иссерс [14], Н.И. Клушина [15]).

При наличии разработанной теории жанров для классических видов СМИ мы имеем дело с трансформацией диалогических жанров в интернет-среде, что требует особого подхода, так как выход жанров в онлайн имеет следствием изменения различных аспектов.

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Интервью – это диалогическая речь. В диалоге важно различать две стороны: информативно-содержательную (что сообщается) и формальную (как оформляется содержание сообщения). Информативно-содержательная сторона включает в себя два плана – объективный (сообщение факта) и субъективный (отношение коммуникантов к объекту разговора). Успех интервью во многом зависит от выбора лексики, интонации и т. д., потому что коммуниканты реагируют на синтаксические конструкции, стилистические приёмы, произнесённые слова.

С развитием Интернета и социальных сетей диалогические жанры получили новое развитие и стали доступны для более широкой аудитории. Диалогические жанры в онлайн-пространстве имеют свои особенности, вот некоторые из них:

1) возможность общения в режиме реального времени: в онлайн-пространстве люди могут общаться между собой в режиме реального времени, что позволяет им быстро и эффективно обмениваться информацией;

2) новые возможности для участников: в онлайн-диалогах каждый участник имеет равные возможности высказаться и поделиться своим мнением вне зависимости от социального статуса, положения или профессии;

<sup>1</sup> Бахтин М.М. Проблемы поэтики Достоевского. М., 1979. С. 214.

<sup>2</sup> Щерба Л.В. Избранные работы по языкознанию и фонетике. Л., 1958. С. 36.

<sup>3</sup> Якубинский Л.П. Избранные работы. Язык и его функционирование. М., 1986. 208 с.

<sup>4</sup> Коган Л.Н. Теория культуры. Екатеринбург, 1993. С. 126.

<sup>5</sup> Олешко В.Ф. Психология журналистики. СПб., 2006. С. 108.

3) бóльшая свобода выражения: в онлайн-диалогах участники имеют бóльшую свободу выражения своих мыслей и идей, поскольку они не ограничены жёсткими правилами и нормами традиционных диалогических жанров;

4) возможность использования различных форм коммуникации: в онлайн-диалогах участники могут использовать различные формы коммуникации, такие как текстовые сообщения, аудио- и видеозаписи, голосовые сообщения и т. д.;

5) более широкая аудитория: в онлайн-пространстве диалогические жанры доступны для более широкой аудитории, так как они могут быть просмотрены в любой точке мира, где есть подключение к Интернету;

6) новые возможности для маркетинга и продвижения: в онлайн-диалогах могут быть использованы новые методы маркетинга и продвижения, такие как блогинг, социальные сети, контекстная реклама и т. д.;

7) бóльшая динамичность и эмоциональность: в онлайн-диалогах участники могут выражать свои эмоции и чувства более ярко и динамично, что позволяет им более эффективно донести свои идеи и мнения до аудитории.

Таким образом, диалогические жанры в онлайн-пространстве имеют свои особенности, которые позволяют им быть более эффективным средством коммуникации. Они предоставляют возможность более быстрого, свободного и интерактивного обмена информацией между участниками. Онлайн-диалоги также позволяют участникам использовать различные формы коммуникации и «завоевывать» более широкую аудиторию. Более того, они могут быть использованы в маркетинговых и рекламных целях, так как позволяют эффективнее донести идеи до аудитории.

Сетевые медиа, такие как социальные сети, блоги, видеохостинги и т. д., оказывают значительное влияние на эволюцию диалогических жанров. Некоторые из способов, которыми сетевые медиа влияют на развитие диалогических жанров, включают в себя:

1) свободу выражения;

2) расширение функционала участников: сетевые медиа позволяют каждому участнику выступать в роли активного участника диалога, а не только в роли слушателя;

3) расширение целевой аудитории: доступ в Интернет из любой точки мира, где он есть, и сетевые медиа позволяюткратно увеличивать зрителей программ с диалогическим форматом;

4) возможность использования различных форм коммуникации: текстовые сообщения, аудио- и видеозаписи, голосовые сообщения и т. д.;

5) больше возможностей для PR и маркетинга: благодаря сетевым медиа диалогические жанры могут быть использованы в маркетинговых и рекламных целях, так как позволяют эффективнее донести идеи до аудитории;

6) бóльшая динамичность и эмоциональность: с помощью сетевых медиа участники диалогических жанров способны ярче демонстрировать свои реакции, и это зачастую создаёт более эмоциональную связь с целевой аудиторией;

7) возможность взаимодействия со слушателями: благодаря сетевым медиа участники диалогических жанров могут взаимодействовать со своей аудиторией, получать отзывы и обратную связь, что позволяет им улучшать формы диалога.

Обратим внимание на последний пункт, ведь он напрямую связан с сетевым комментарием, который является «одним из самых частотных речевых жанров виртуальной коммуникации <...>, принципиальное отличие которого от других жанров заключается в том, что его оформление определяется стимулом как вербальным, так и невербальным, и характеризующимся широким охватом пользователей Сети, так как стимулом к комментарию может стать любой из ранее оставленных комментариев другими пользователями Сети» [16, с. 492]. Сетевые комментарии влияют и на содержание анализируемых YouTube-каналов: нередко интервьюеры сами говорят, что их контент зависит от мнения аудитории, потому что это взаимосвязанные вещи: чем больше будут удовлетворяться зрительские потребности по те-

мам и приглашённым гостям, тем больше просмотров и комментариев будет у выпуска, следовательно, рейтинг видео будет расти и будет показан большему числу пользователей, что привлечёт новую аудиторию и новых рекламодателей, а значит, что впоследствии автор программы сможет увеличить цены за рекламные интеграции или получить их больше, то есть, в итоге, больше заработать.

Следует отметить, что сетевые медиа также имеют ограничения и недостатки, которые могут повлиять на эволюцию диалогических жанров. Например, наличие большого количества информации и контента в Интернете может привести к тому, что диалогические жанры потеряют свою актуальность и интерес для аудитории. Кроме того, использование сетевых медиа может создать риск несоблюдения норм этики и морали в коммуникации, что может привести к негативным последствиям для участников диалогических жанров и их аудитории.

В современном медиапространстве YouTube стал популярным ресурсом для трансляции интервью и других диалогических жанров. Интернет-платформа стала идеальным инструментом для трансформации традиционных форм общения и создания новых форм взаимодействия между знаменитостями и зрителями. Такие каналы, как «Надежда Стрелец» (<https://www.youtube.com/c/NadinStrelets/videos>), Fametime TV (канал Лауры Джугелии) (<https://www.youtube.com/@FAMETIMETV>), программы, которые вела и ведёт Юлия Меньшова («Наедине со всеми» (<https://www.1tv.ru/shows/naedine-so-vsemi>) и «Сама Меньшова» (<https://www.youtube.com/@samamenshova/videos>)) и YouTube-канал издания Super.ru («Алёна, блин!» (<https://www.youtube.com/@HEATshowbiz/videos>)), активно используют возможности YouTube для распространения интервью и других диалогических жанров. Эволюция и трансформация этих жанров на YouTube вызывает интерес у исследователей, что открывает новые горизонты для понимания взаимодействия между знаменитостями и зрителями в современной эпохе. В этом контексте данный обзор сосредоточится на анализе интервью в 2022–2023 гг. на каналах

Надежды Стрелец (проанализировано 15 интервью), Лауры Джугелии (проанализировано 12 интервью), Юлии Меньшовой (проанализировано 9 интервью) и YouTube-канале издания Super.ru (проанализировано 7 интервью) с фокусом на эволюции и трансформации диалогических жанров на YouTube. Важно отметить, что трансформация диалогических жанров на данных каналах рассматривается без учёта гендерных особенностей интервьюеров, так как в данном контексте мы эту проблему не рассматривали.

Обзор канала Надежды Стрелец на YouTube показывает, что этот канал представляет собой профессионально снятые интервью с известными личностями, и это отличает данный канал от других тем, что выпуски на нём не содержат «грязного белья», но в них есть острые и практичные вопросы. Надежда Стрелец имеет приятную внешность и голос, который создаёт располагающую атмосферу, позволяя гостям раскрыться. Однако иногда её мягкость в манере говорить может снижать уверенность интервьюера и эффективность интервью. Задавая дельные и толковые вопросы, Н. Стрелец обеспечивает интерес и содержание интервью, поднимая значимые социальные проблемы и предоставляя полезную информацию зрителям. В целом, канал Надежды Стрелец представляет собой качественный и ценный ресурс для просмотра интервью на YouTube (<https://www.youtube.com/c/NadinStrelets/videos>).

Ютуб-канал Лауры Джугелии Fametime TV, посвящённый «звёздной» тематике, является платформой для портретных интервью с популярными и начинающими исполнителями, блогерами и ведущими. Канал отличается простым и милым стилем бесед о жизни, который напоминает неформальные разговоры о привычных вещах.

Определённый интерес вызывает выбор тем для интервью, который, как правило, фокусируется на конкретных аспектах жизни и карьеры медийных персон. Беседы о музыке с Сергеем Жуковым, о блогерстве с Натальей Яшук и о кино с Анной Чиповской являются примерами того, как Лаура Джугелия выби-

рает и адаптирует темы для своих интервью (<https://www.youtube.com/@FAMETIMETV>).

Также стоит отметить, что канал Fametime.tv является одной из популярных платформ, на которой можно узнать больше о жизни и карьере знаменитостей. Использование Лаурой Джугелия YouTube-канала в качестве площадки для проведения подобных интервью позволяет зрителям получить более доступную и непосредственную информацию об интересующих их людях из шоу-бизнеса.

Юлия Меньшова раньше вела программу-интервью «Наедине со всеми», куда чаще всего приглашали знаменитых людей старшего возраста из разных областей, но в основном это были представители киноиндустрии. Главными темами интервью в этой программе являются детство, карьера и личная жизнь. Юлия Меньшова ответственно подходила к этапу подготовки интервью, что видно во всех проанализированных выпусках.

Ведущая обладает эмоциональным стилем ведения разговора, использует мимику, жесты и интонации, что помогает в установлении контакта и упрощает форму ведения разговора. В своей речи она не использует разговорные, просторечные и жаргонные слова и выражения. Характерной особенностью речи Юлии Меньшовой является избыточность, то есть наличие повторов, уточнений и пояснений (<https://www.1tv.ru/shows/naedine-so-vsemi>).

После создания своего YouTube-канала Юлия Меньшова стала брать более свободные (в речевом плане) интервью с гостями разной степени медийности. При этом на канале, помимо интервью, есть выпуски под рубрикой #кофестория (#my\_coffeestory), где Юлия одна рассказывает разные истории, которые подписчики в комментариях нередко называют мини-лекциями.

Ведущая в выпусках с интервью выбирает модель сотрудничества со своим героем. Она старается обеспечить комфорт гостю программы. Герои программы «Сама Меньшова» дают развернутые и полные ответы на вопросы, что соответствует главной цели жанра портретного интервью, позволяя зри-

телю наиболее полно понять характер и личность героя.

Ведущая по своей натуре склонна к критическому подходу к обсуждаемым темам и гостям, что проявляется в её мимике и интонациях.

Анализируя авторское YouTube-шоу «Алёна, блин!» блогера и журналиста Алёны Жигаловой, можно сделать вывод, что в её программе основным элементом является критика знаменитостей. При этом, в большинстве своём, обсуждаемые персоны – это известные советские и российские артисты, которые уже давно на сцене. В своих выступлениях А. Жигалова использует острый язык и сарказм, открыто выражает свои негативные оценки и мнения, даже если они противоречат мнению многих зрителей (<https://www.youtube.com/@HEATshowbiz/videos>).

Оценивая содержание программы, можно сказать, что основными темами обсуждения являются личная жизнь и профессиональная карьера гостей. Однако А. Жигалова склонна также высказывать свои личные взгляды на политические события, что может не нравиться части аудитории. В целом, программа «Алёна, блин!» может вызвать смешанные чувства у зрителей, но в любом случае является ярким примером резкого и контраверсивного подхода в журналистике.

Обзор различных YouTube-каналов показывает, что диалогические жанры в онлайн-пространстве разнообразны и продолжают эволюционировать. Канал Надежды Стрелец представляет собой профессиональные интервью с известными личностями, которые содержат острые и практические вопросы и поднимают значимые социальные проблемы. Ведущая обеспечивает интерес и содержание интервью, используя свой эмоциональный стиль ведения разговора. Канал Лауры Джугелия Fametime.tv посвящён «звёздной» тематике и представляет собой модель простых и милых бесед о жизни, которые фокусируются на конкретных аспектах жизни и карьеры медийных персон. В свою очередь, канал Юлии Меньшовой «Сама Меньшова» больше фокусируется на портретных интервью с людьми из разных областей и разной степени публичности, главными



темами которых являются детство, карьера и личная жизнь. Наконец, авторское YouTube-шоу «Алёна, блин!» Алёны Жигаловой представляет собой пример резкого и контраверсивного подхода в журналистике. Таким образом, диалогические жанры в онлайн-пространстве продолжают развиваться и становиться разнообразнее, отражая различные стили ведения разговора и выбор тем для обсуждения.

Общая характеристика эволюции диалогических жанров в онлайн-пространстве указывает на то, что в последние годы они претерпели значительные изменения под влиянием различных факторов. Одним из главных факторов является платформа размещения контента. Так, различные социальные сети и видеохостинги обладают своими особенностями, которые существенно влияют на формат и содержание диалогических жанров.

Роль ведущего также является важным аспектом в создании эффективного интервью. Ведущий должен уметь задавать дельные и толковые вопросы, которые будут интересны для зрителей и создадут интересную динамику в разговоре. Он также должен уметь контролировать ход беседы и обеспечивать комфорт гостю программы.

В данном исследовании были рассмотрены основные особенности эволюции диалогических жанров в онлайн-пространстве, роль платформы размещения и ведущего в создании эффективного интервью, а также особенности ведения интервью в онлайн-пространстве.

Основные результаты исследования показали, что с появлением онлайн-платформ для размещения видеоконтента диалогические жанры стали более доступными для широкой аудитории. Изменения в платформах размещения также влияют на формат и содержание диалогических жанров. Например, короткие видеоформаты, например, stories, привели к созданию новых жанров, прототипом которых является блиц-опрос: Quick Q&A, где ведущий задаёт короткие вопросы, а гость быстро отвечает на них. Или же, наоборот, аудитория (подписчики) задаёт вопросы, на которые кратко и ёмко отвечает публичный человек. На YouTube появление

stories спровоцировало новые видеоформаты – shorts – тоже короткие видео на разные темы.

Роль ведущего в создании эффективного интервью остаётся ключевым фактором для успеха диалогических жанров. Ведущий должен обладать навыками коммуникации, уметь установить контакт с гостем, задавать грамотные вопросы, поддерживать интерес зрителей и создавать располагающую атмосферу. Вместе с тем ведущий должен адаптироваться к формату и содержанию интервью, чтобы удовлетворить потребности своей аудитории.

Особенности ведения интервью в онлайн-пространстве включают в себя использование современных технологий, таких как удалённые интервью и прямые трансляции, а также учёт возможных технических проблем и способы их предотвращения. Ведущий должен также иметь навыки работы с онлайн-платформами и знать, как использовать их для максимальной эффективности.

## ВЫВОДЫ

Исходя из результатов исследования, можно сделать следующие выводы и предложить рекомендации:

1) ведущий является ключевым фактором для успешного интервью, и ему следует уделять достаточное внимание при выборе формата и подготовке к интервью;

2) при выборе платформы размещения для диалогических жанров следует учитывать особенности аудитории, которая будет просматривать контент, а также формат и содержание интервью;

3) в онлайн-пространстве необходимо думать о возможных технических проблемах, способах их оперативного предотвращения и использовать современные технологии для максимальной эффективности интервью;

4) нужно адаптировать формат и содержание интервью к целевой аудитории и использовать современные технологии для удовлетворения её потребностей;

5) дальнейшие исследования могут быть направлены на изучение влияния формата интервью и стиля ведения на реакцию аудитории, а также на изучение эффективности

использования различных платформ и технологий для функционирования диалогических жанров в онлайн-пространстве.

Дальнейшее исследование в данной области может помочь разработать более эффективные стратегии создания и распространения контента, а также оптимизировать

формат и содержание диалогических жанров для удовлетворения потребностей аудитории. Также изучение влияния стиля ведения на эффективность интервью может помочь оптимизировать взаимодействие между ведущим и гостем, что повысит качество и эффективность диалогических жанров.

### Список источников

1. Амиров В.М., Мамедова С.Я. От классического жанра к современным форматам (на примере программ «Вдудь» и «А поговорить?») // Известия Уральского федерального университета. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры. 2021. № 3. С. 30-37. <https://doi.org/10.15826/izv1.2021.27.3.052>, <https://elibrary.ru/srqyjo>
2. Дзялошинский И.М. Культура массовых коммуникаций. М., 2021. 688 с. <https://elibrary.ru/qdcwpq>
3. Сидоров В.А., Нигматуллина К.Р., Ильченко С.Н. Аксиология журналистики. Опыт становления новой дисциплины / под ред. В.А. Сидорова. СПб., 2009. 174 с. <https://elibrary.ru/kiwmag>
4. Корконосенко С.Г., Кройчик Л.Е., Виноградова С.М. Основы творческой деятельности журналиста. СПб., 2000. 280 с. <https://elibrary.ru/rtaksp>
5. Свитиц Л.Г. Актуальные проблемы современной науки и журналистика. М., 2022. 205 с.
6. Борецкий Р.А. Беседы об истории телевидения. М., 2011. 176 с. <https://elibrary.ru/pgfqay>
7. Цвик В.Л. Телевизионная журналистика. М., 2002. 382 с.
8. Шестёркина Л.П., Николаева Т.Д. Методика телевизионной журналистики. М., 2012. 224 с. <https://elibrary.ru/razntp>
9. Сидорова М.Ю. Интернет-лингвистика: русский язык – межличностное общение. М., 2006. 190 с. <https://elibrary.ru/qstrnl>
10. Блохин И.Н., Корконосенко С.Г. Сетевые СМИ российского мегаполиса. СПб., 2011. 217 с.
11. Мельник Г.С. Общение в журналистике. Секреты мастерства. СПб., 2008. 234 с. <https://elibrary.ru/sdrhrh>
12. Попова Т.И. Телеинтервью в коммуникативно-прагматическом аспекте. СПб, 2002. 220 с. <https://elibrary.ru/uxyflv>
13. Шестерина А.М. Психология журналистики. Воронеж, 2011. 216 с. <https://elibrary.ru/vcdacb>
14. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М., 2008. 284 с. <https://elibrary.ru/qqqrlid>
15. Клушина Н.И. Медиастилистика. М., 2021. 185 с.
16. Ускова О.А., Гриценко А.А. Нормативность виртуальной коммуникации при выражении отрицательной оценки // Неофилология. 2023. Т. 9. № 3. С. 490-498. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-3-490-498>, <https://elibrary.ru/zsyld>

### References

1. Amirov V.M., Mamedova S.Ya. Interviews: from the classic genre to modern formats (using the example of the programs “Wdud” and “How to Talk?”). *Izvestiya Ural'skogo Federal'nogo universiteta. Seriya 1. Problemy obrazovaniya, nauki i kul'tury* = *Izvestia Ural Federal University Journal. Series 1: Issues in Education, Science and Culture*, 2021, no. 3, pp. 30-37. (In Russ.) <https://doi.org/10.15826/izv1.2021.27.3.052>, <https://elibrary.ru/srqyjo>
2. Dzyaloshinskii I.M. *Kul'tura massovykh kommunikatsii* [Culture of Mass Communications]. Moscow, 2021, 688 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/qdcwpq>
3. Sidorov V.A., Nigmatullina K.R., Ilchenko S.N. *Aksiologiya zhurnalistiki. Opyt stanovleniya novoi distsipliny* [Axiology of Journalism. Experience of Developing a New Discipline]. St. Petersburg, 2009. 174 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/kiwmag>
4. Korkonosenko S.G., Kroichik L.E., Vinogradova S.M. *Osnovy tvorcheskoi deyatel'nosti zhurnalista* [Fundamentals of Creative Activity of a Journalist]. St. Petersburg, 2000, 280 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/rtaksp>

5. Svitich L.G. *Aktual'nye problemy sovremennoi nauki i zhurnalistika* [Current Issues of Modern Science and Journalism]. Moscow, 2022, 205 p. (In Russ.)
6. Boretskii R.A. *Besedy ob istorii televideniya* [Conversations about the History of Television]. Moscow, 2011, 176 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/pgfqay>
7. Tsvik V.L. *Televizionnaya zhurnalistika* [Television Journalism]. Moscow, 2002, 382 p. (In Russ.)
8. Shesterkina L.P., Nikolaeva T.D. *Metodika televizionnoi zhurnalistiki* [Television Journalism Methodology]. Moscow, 2012, 224 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/razntp>
9. Sidorova M.Yu. *Internet-lingvistika: russkii yazyk – mezhluchnostnoe obshchenie* [Internet Linguistics: Russian Language – Interpersonal Communication]. Moscow, 2006, 190 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/qstnrl>
10. Blokhin I.N., Korkonosenko S.G. *Setevye SMI rossiiskogo megapolisa* [Online Media of the Russian Metropolis]. St. Petersburg, 2011, 217 p. (In Russ.)
11. Mel'nik G.S. *Obshchenie v zhurnalistike. Sekrety masterstva* [Communication in Journalism. Secrets of Mastery]. St. Petersburg, 2008, 234 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/sdrhrh>
12. Popova T.I. *Teleinterv'y u v kommunikativno-pragmaticheskom aspekte* [Television Interview in the Communicative and Pragmatic Aspect]. St. Petersburg, 2002, 220 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/uxyflv>
13. Shesterina A.M. *Psikhologiya zhurnalistiki* [Psychology of Journalism]. Voronezh, 2011, 216 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/vcdacv>
14. Issers O.S. *Kommunikativnye strategii i taktiki russkoi rechi* [Communication Strategies and Tactics of Russian Speech]. Moscow, 2008, 284 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/qqqrdl>
15. Klushina N.I. *Mediastilistika* [Media Stylistics]. Moscow, 2021, 185 p. (In Russ.)
16. Uskova O.A., Gritsenko A.A. Normativity of virtual communication in the expression of a negative evaluation. *Neofilologiya = Neophilology*, 2023, vol. 9, no. 3, pp. 490-498. (In Russ.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-3-490-498>, <https://elibrary.ru/zsylyd>

#### Информация об авторах

**Дятлова Алина Евгеньевна**, специалист по связям с общественностью, PITERRA (ООО «ТЕРРА-НОВА»); выпускник аспирантуры Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций», Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0001-8400-5586>, [al.dyatlova92@yandex.ru](mailto:al.dyatlova92@yandex.ru)

**Вклад в статью:** идея, поиск и анализ научной литературы, анализ диалогических жанров в онлайн-пространстве, написание текста статьи.

**Ильченко Сергей Николаевич**, доктор филологических наук, кандидат искусствоведения, профессор, профессор Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций», Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0002-7301-3203>, [tv\\_and\\_radio@mail.ru](mailto:tv_and_radio@mail.ru)

**Вклад в статью:** разработка теоретической базы, редактирование.

Конфликт интересов отсутствует.

Поступила в редакцию 14.08.2023

Поступила после рецензирования и доработки 05.10.2023

Принята к публикации 12.10.2023

#### Information about the authors

**Alina E. Dyatlova**, Specialist in Public Relations, PITERRA (LLC "TERRA-NOVA"); Graduate Student of Institute "School of Journalism and Mass Communications", Saint Petersburg State University, St. Petersburg, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0001-8400-5586>, [al.dyatlova92@yandex.ru](mailto:al.dyatlova92@yandex.ru)

**Contribution:** idea, scientific literature search and analysis, dialogic genres in online space analysis, manuscript text drafting.

**Sergey N. Ilchenko**, Dr. habil. (Philology), PhD (Art History), Professor, Professor of Institute "School of Journalism and Mass Communications", Saint Petersburg State University, St. Petersburg, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0002-7301-3203>, [tv\\_and\\_radio@mail.ru](mailto:tv_and_radio@mail.ru)

**Contribution:** theoretical base development, editing.

There is no conflict of interests.

Received August 14, 2023

Approved after reviewing and revision October 5, 2023

Accepted October 12, 2023

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ / ORIGINAL ARTICLE

УДК / UDC 008+811

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-998-1008>

Шифр научной специальности 5.10.1.

## «Мягкая сила» русского языка: культурологический аспект

Людмила Алексеевна ПРОНИНА<sup>1,2</sup>  , Антонина Семёновна ЩЕРБАК<sup>3,4</sup> 

<sup>1</sup>АНО «Тамбовское библиотечное общество»

392005, Российская Федерация, г. Тамбов, ул. Астраханская, 1/18

<sup>2</sup>ТОГБУК «Тамбовская областная универсальная научная библиотека им. А.С. Пушкина»

392036, Российская Федерация, г. Тамбов, ул. Интернациональная, 17

<sup>3</sup>ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина»

392000, Российская Федерация, г. Тамбов, ул. Интернациональная, 33

<sup>4</sup>Самаркандский государственный университет им. Шарофа Рашидова

140104, Республика Узбекистан, г. Самарканд, Университетский б-р, 15

 [ProninaLuda2014@yandex.ru](mailto:ProninaLuda2014@yandex.ru)

**Аннотация.** Рассмотрено понятие «мягкой силы» русского языка в рамках этнокультурного подхода, доказано, что язык нацелен на то, чтобы выражать именно национальную культурную принадлежность, конкретную самобытную среду существования культуры, культурные доминанты этноса. Обосновано, что подход к русскому языку как «мягкой силе» государства способствует развитию «культурной» дипломатии. Установлены пять функций, которые выполняет русский язык по отношению к культуре, что позволяет считать русский язык как «мягкую силу» государства (коммуникативная, интеграционная, социализирующая, трансляционная и когнитивная функции). С разных точек зрения анализу подвергнуто понятие «Русский мир» и выявлены его базовые конструкты – русский язык и основанная на нём русская культура (речевые формы экспликации узнавания ментальности, ценностей, традиций, обычаев и др.). Определена основа мягкой силы русского языка – привлекательность, целью которой является объединение (интеграция) граждан Российской Федерации, соотечественников за рубежом и всех тех, кто ощущает ментальную и духовную близость с русскими. Доказана недостаточность использования потенциала библиотечных учреждений и библиотечного сообщества для продвижения русского языка и расширения пространства его использования. Описаны и предложены подходы к решению проблем государственной культурной политики в сфере русского языка.

**Ключевые слова:** мягкая сила, русский язык, этнокультурный подход, привлекательность, учреждение культуры

**Благодарности:** Статья подготовлена в рамках проекта ««Мягкая сила» русского языка» (договор № 23-1-000988 от 25.04.2023 г.).

Проект реализован с использованием гранта, предоставленного ООО «Российский фонд культуры» в рамках Федерального проекта «Творческие люди» Национального проекта «Культура».

**Для цитирования:** Пронина Л.А., Щербак А.С. «Мягкая сила» русского языка: культурологический аспект // Неофилология. 2023. Т. 9. № 4. С. 998-1008. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-998-1008>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



**“Soft power” of the Russian language: cultural aspect****Lyudmila A. PRONINA**<sup>1,2</sup>  , **Antonina S. SHCHERBAK**<sup>3,4</sup> <sup>1</sup>INPO “Tambov Library Community”

1/18 Astrakhanskaya St., Tambov, 392005, Russian Federation

<sup>2</sup>Tambov Regional Universal Scientific Library named after. A.S. Pushkin


17 Internationalnaya St., Tambov, 392036, Russian Federation

<sup>3</sup>Derzhavin Tambov State University

33 Internationalnaya St., Tambov, 392000, Russian Federation

<sup>4</sup>Samarkand State University named after Sh. Rashidov

15 University Blvd, Samarkand, 140100, Republic of Uzbekistan

 [ProninaLuda2014@yandex.ru](mailto:ProninaLuda2014@yandex.ru)

**Abstract.** The concept of “soft power” of the Russian language is considered within the framework of the ethnocultural approach, it is proved that the language is aimed at expressing precisely national cultural affiliation, the specific unique environment of the culture, and the cultural dominants of the ethnic group. It is substantiated that the approach to the Russian language as the “soft power” of the state contributes to the development of “cultural” diplomacy. Five functions have been established that the Russian language performs in relation to culture, which allows us to consider the Russian language as the “soft power” of the state (communicative, integration, socializing, translational and cognitive functions). From different points of view, the concept of “Russian World” was analyzed and its basic constructs were identified – the Russian language and the Russian culture based on it (speech forms of explication of recognition of mentality, values, traditions, customs, etc.). Defining the basis of the soft power of the Russian language is attractiveness, the purpose of which is to unite (integrate) citizens of the Russian Federation, compatriots abroad and all those who feel mental and spiritual closeness with Russians. The inadequacy of using the potential of library institutions and the library community to promote the Russian language and expand the space for its use has been proven. Approaches to solving problems of state cultural policy in the sphere of the Russian language are described and proposed.

**Keywords:** soft power, Russian language, ethnocultural approach, attractiveness, cultural institution

**Acknowledgments:** The article was prepared within the framework of the project “Soft Power of the Russian Language” (agreement No. 23-1-000988 of April 25, 2023).

The project was implemented using a grant provided by the Russian Cultural Foundation OOO within the framework of the Federal Project “Creative People” of the National Project “Culture”.

**For citation:** Pronina, L.A., & Shcherbak, A.S. “Soft power” of the Russian language: cultural aspect. *Neofilologiya* = *Neophilology*, 2023;9(4):998-1008. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-998-1008>



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

**ВВЕДЕНИЕ**

О значении русского языка президент Российской Федерации В.В. Путин сказал: «Сбережение русского языка, литературы и нашей культуры – это вопросы национальной

безопасности, сохранения своей идентичности в глобальном мире»<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Путин В.В. Выступление на съезде Общества русской словесности // Сайт Президента России. 2016. 26 мая. URL: <https://www.kremlin.ru/events/president/news/52007> (дата обращения: 30.05.2023).



В современном мире в условиях глобализации, информатизации и превращения цифровых технологий в фактор успешности развития государства, его народа проблемы идентичности становятся не просто актуальными, а превращаются именно в проблемы национальной безопасности. Речь идёт о намеренном, прежде всего речевом воздействии на сознание «противника» (отдельной личности, коллектива или народа) для его когнитивного подавления.

«Русский язык должен признаваться одним из основных объектов защиты в системе национальной безопасности, поскольку он в условиях информационно-психологической войны оказывается одной из основных мишеней этой войны» [1, с. 173].

В аспекте национальной безопасности наибольшему влиянию подвергаются этнокультурные ценности, накопленные тысячелетиями в концептуальной системе человеческого сознания.

Сегодня возрастает значение «нематериальных культурных концептов, в частности, таких, как язык нации» [2, с. 272]. Из этого следует, что необходимо повышать уровень знания и престиж государственного русского языка в повседневной жизни. Русский язык – язык ООН и ЮНЕСКО, других международных организаций, язык общения многих народов. Исторически сложилось, что русский язык в мире востребован как язык культуры и искусства. Именно в этом его сила и влияние. Можно приводить многочисленные примеры: самые издаваемые авторы – Ф.М. Достоевский и Л.Н. Толстой, или литература по шахматам преимущественно издаётся на русском языке и т. д.

## ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

В 90-е гг. прошлого столетия Дж. Най предложил понятие «мягкая сила», которое восходит к термину “sof power” (в переводе на русский язык означает «мягкая сила», «мягкая власть», «гибкая власть») (цит. по: [3]). Мягкая сила употребляется в значении «невоенные методы воздействия на противоположную сторону».

Дж. Най утверждал, что ключевым моментом в его концепции – это понятие «привлекательности» для других тех или иных положений, феноменов, образов действий и т. п. (цит. по: [4, с. 214]). Из этого следует, что «мягкая сила» – это потенциал, который может быть использован в разных целях, применительно к разным группам населения или не использован. Создание привлекательности – обязательное условие воплощения в действительность «мягкой власти», в реальной жизни представляет собой лингвистическое конструирование её интерпретации. Сегодня понятие «мягкая сила» используют во многих сферах, оно является устоявшимся, что привело к его появлению в качестве термина в различных документах. Так, в России оно использовано в Концепции внешней политики 2013 г., позднее – в Концепции внешней политики 2016 г. и др.

Участвуя в процессах обучения, популяризации, продвижения русского языка, социокультурном проектировании по данной проблематике, мы считаем русский язык, русскую культуру – «мягкой силой». В данных процессах не допускается навязывания, принуждения: каждый самостоятельно делает выбор, демонстрируя внимание к интересам другого, все ориентированы на долгосрочное взаимодействие (интеграцию) с партнёром, на равноправный диалог, стремятся к созданию доверительных отношений.

Итак, в основе мягкой силы русского языка лежит убеждение *привлекательности*, её главной целью является объединение (интеграция) граждан Российской Федерации, соотечественников за рубежом и всех тех, кто ощущает ментальную и духовную близость с нами (русскими) на основе русского языка и русской культуры. Подчёркнём, что язык нацелен на то, чтобы выражать именно национальную культурную принадлежность, конкретную самобытную среду существования культуры и культурные доминанты этноса.

При таком подходе происходит трансляция ценностей, традиций и культурных составляющих, а значит, происходит развитие Русского мира и сохранение культурной матрицы, культурного кода народа.

Русский мир анализируется и рассматривается с разных точек зрения. Ю.В. Кот предпринял реконструкцию классического содержания русской идеи в традициях отечественной философской культуры [5]. С.Н. Кочеров и О.В. Париков предложили четыре подхода к Русскому миру, в основе которых геополитическая реальность, геоэкономическая реальность, неповторимая этнокультурная общность людей, проживающих не только в России, и православная цивилизация [6].

Мы рассматриваем проблему «мягкой силы» русского языка в рамках этнокультурного подхода, понимая под Русским миром «транснациональное социокультурное пространство или интегративное поле культуры, основанное на культурных, социальных и личностных взаимодействиях его субъектов, границы которого очерчены ценностями и нормами» [7, с. 123].

Русский мир складывается из трёх частей: Россия и русский народ, русская диаспора за рубежом, нерусские народы, сознательно включающие себя в ареал русской культуры и цивилизации. Тогда наша цель – это формирование привлекательности русского языка в рамках данного социокультурного пространства, продвижение русского языка и использование его с учётом специфики, особенностей в каждой части Русского мира.

Русский язык, входящий в ядро национальной культуры, является одновременно источником и хранилищем культурного кода нации: он синонимичен мировоззрению, так как выражает совокупность мыслительных паттернов. Исходя из этого, Русский мир – это культурное единство, объединяющее представителей множества народов и наций как внутри страны, так и в мире в целом. В этом случае целевыми группами являются жители РФ, для которых русский язык – государственный, выполняющий одновременно функцию языка межнационального общения для наций и народностей страны, вторая группа – русская диаспора за рубежом, для которой русский язык – культурный код родины, третья группа – иностранные студенты, обучающиеся в отечественных вузах, мигранты, приехавшие в Россию с разными це-

лями, четвёртая группа – все, кто изучает русский язык в зарубежных странах (школьники, студенты, специалисты, лично заинтересованные). Часть из них живёт и работает в русской культурной среде, вторая может использовать только виртуальное культурное пространство, находясь за пределами РФ.

Детализируем целевые группы (каждая требует разработки соответствующих методик, собственной инфраструктуры, определения форматов, форм и методов, выстраивания политики «привлекательности») – соотечественники за рубежом, граждане стран СНГ, граждане дальнего зарубежья, профессионалы в сфере русского языка (отечественные и зарубежные), народы России, иностранные граждане, желающие работать, учиться или жить в России. В качестве приоритетных групп выступают школьники, студенты, которые играют важную роль в потенциальном развитии культурно-образовательного потенциала государства и общества и могут в дальнейшем стать инициаторами и активными участниками эффективного развития отношений между странами и народами.

Базовыми конструктами Русского мира выступают русский язык и основанная на нём русская культура. Следовательно, действовать нужно по всем четырём группам одновременно. Причём работа со 2, 3 и 4 группой, её успешность зависит в первую очередь от эффективности работы с первой группой – гражданами России. «Русский язык сегодня становится одной из значимых составляющих *российской национальной идеи*, суть которой сводится к объединению многонационального российского народа на единой культурной и образовательной платформе» [8].

Рассмотрим, какие функции выполняет русский язык по отношению к культуре, и почему его можно рассматривать как «мягкую силу» государства. Во-первых, это коммуникативная функция, которая обеспечивает межкультурный и межнациональный диалог между народами России, между русским народом и иностранцами, приехавшими в Россию, между народами страны и народами других стран. Во-вторых, это интеграци-

онная функция, которая способствует объединению народов в единое социокультурное пространство на базе государственного языка – русского языка, причём идёт объединение всех групп (отражается в государственной культурной политике). В-третьих, социализирующая, так как иностранные граждане (приехавшие в Россию на работу или учёбу, или с иными целями) имеют возможность через язык усвоить образцы поведения, социокультурные нормы и ценности. В результате иностранцы успешно адаптируются к жизни в российском обществе, используя в том числе возможности русской языковой среды. По отношению к гражданам РФ – это формирование в обществе представления о грамотности как важной компетенции современного человека. В-четвёртых, трансляционная – передача полной, достоверной информации о России и Русском мире, о русской культуре в зарубежные страны. Наконец, в-пятых, – когнитивная – познание, освоение и интерпретация окружающего мира (осмысление новых для себя понятий, культурных символов и образов).

Таким образом, можно сформировать адекватный образ страны и русских людей, повысить их привлекательность через речевые формы экспликации узнавания ментальности, ценностей, традиций, обычаев и др.

Между тем в настоящее время происходит сужение границ Русского мира, число изучающих русский язык снижается. Однако Русский мир обладает мощнейшей культурой, входящей в общемировое культурное наследие, в ядро культурного наследия, которое транслируется из поколения в поколение, а русский язык является официальным языком более 20 международных организаций. Обзор состояния Русского мира в странах Центральной Азии даёт И.Р. Томберг, который отмечает, что, например, в Узбекистане, Кыргызстане, Таджикистане наблюдается рост количества изучающих русский язык, а в Туркменистане идёт выдавливание русского языка [9].

Языковая политика РФ в отношении зарубежных стран осуществляется в виде продвижения русского языка за рубежом и повышения его престижа. Продвижение языка

оказывается крайне эффективным методом увеличения «мягкой силы» государства, нации. Такой приём используют многие страны для продвижения своего языка, а значит и собственных ценностей. Например, Институты Гёте, Конфуция, Сервантеса, «Альянс Франсез», в России – это Россотрудничество, российские центры науки и культуры. Таким образом, создаётся инфраструктура продвижения языка.

Следовательно, российская культурная политика имеет два аспекта: внешний – расширение культурного присутствия за рубежом, осуществление процесса кросс-культурного взаимодействия и взаимопонимания между народами и т. п. [10]; внутренний – сохранение культур и языков народов РФ, а русского языка как языка государственного, языка межнационального общения.

На наш взгляд, следует дифференцировать проблему. Глобальная цель по поддержке и продвижению русского языка в мире может быть достигнута решением следующих задач:

- работа в зарубежных странах через создание центров русского языка, волонтеров, участие в образовательных проектах, совместных с образовательными учреждениями страны;

- повышение квалификации преподавателей русского языка как иностранного для работы в других странах в рамках мобильности, российских преподавателей, работающих с иностранными студентами. Многие вузы России разрабатывали и реализовали многочисленные образовательные и культурно-просветительские проекты. Интересен опыт Российского университета дружбы народов (ныне Российский университет дружбы народов им. Патриса Лумумбы), в арсенале которого проект «Организация и проведение мероприятий в рамках Недель русского языка и российского образования по поддержке преподавания и изучения русского языка в странах СНГ, Южной Осетии, Абхазии и Приднестровья» (2014–2015 гг.), «Обеспечение методической и педагогической поддержки путём организации совершенствования компетенции учителей-предметников образовательных организаций с

русским языком обучения в Туркмении» (2016 г.), «Факел русского языка на Великом шёлковом пути» и т. д. Причём предложенные форматы отличаются разнообразием: семинары, олимпиады, конкурсы, викторины-квесты, круглые столы, дискуссии, обучающие игры и т. п. [11; 12]. Плодотворна работа Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого с вузами КНР, культурно-образовательные мероприятия в разных странах и т. п. [13; 14].

Московский городской педагогический университет в 2020 г. после 10-летнего опыта превратил олимпиаду по русскому языку "Номо дисенс" в международную. Олимпиада базируется на концепте «Москва» и предлагает задуматься о русской языковой картине мира, русском менталитете и его отражении в языковом сознании носителей языка. Олимпиада имеет цифровой формат [15].

Учреждения образования и культуры реализуют многочисленные проекты, связанные с русским языком: обучающие программы, фестивали, мастер-классы, научно-практические конференции и форумы, активно занимаются продвижением своих продуктов и услуг в данной сфере и т. п. По мнению Л.В. Селезнёвой, О.И. Северской и Л.Н. Сааякян, реклама может быть использована для формирования привлекательности языка. Причём «наивная» реклама представляется более эффективным инструментом политики «мягкой силы», так как формирует более привлекательный образ языка, что связано в большей мере с душевностью и человечностью, отход от стереотипов, что присуще рекламе профессиональной [2].

Образовательные, культурно-просветительские проекты рассматриваются учёными и практиками в качестве мягкой силы государства [16; 17]. Изучение отечественного опыта показывает, что данная деятельность не носит системный комплексный характер. Например, более 20 лет проходит международный Пушкинский конкурс для учителей русского языка. За весь период существования конкурс привлёк около 6 тысяч участников. В 2020 г. на конкурс поступило немногим более 500 работ из 42 стран. Треть из них из 2 стран – Узбекистана (112 – более 20 %) и Белоруссии

(56 – 10 %). Единичные заявки пришли из Китая, США, Ирана и т. д. [18].

Аспектом сохранения и продвижения русского языка является расширение его присутствия в Интернете, в том числе борьба против его вытеснения государственными языками иных стран. Современные информационные технологии изменяют языковое разнообразие в киберпространстве. Успех во многом зависит от насыщенности Сети ресурсами на русском языке, которые будут полезны и привлекательны как для граждан России, так и других стран. Безусловно, русскоязычный Интернет развивается, но нельзя сказать, что системно. Существует множество ресурсов, созданных авторами, коллективами, организациями и учреждениями, общественными структурами и т. д. Русский язык по степени востребованности в Рунете занимает 9 место в мире [19, с. 5].

Но не всегда можно найти необходимую информацию, не хватает путеводителей или других информационных структур-навигаторов. Кроме того, виртуальное пространство должно интегрироваться с реальным, дорабатывать его, ликвидировать лакуны и делать ресурсы по русскому языку более доступными. То есть мир повседневной реальности и мир виртуальный должны объединяться в единое пространство на базе русского языка (интеграционная функция).

Таким образом, создаётся среда для межкультурного взаимодействия в смешанном формате (онлайн и офлайн). Примеры уже есть: подобная среда была сформирована в рамках образовательного форсайта «Послы русской культуры» – это образовательные тренинги по межкультурному взаимодействию, практические мастер-классы и форсайт-сессии по русской культуре для российских и иностранных обучающихся вузов Нижегородской области [20].

Но кроме профильных, специализированных ресурсов можно использовать интернет-ресурсы российских СМИ для обучения иностранцев русскому языку.

На наш взгляд, недостаточно использован потенциал библиотечных учреждений и библиотечного сообщества. Хотя именно библиотеки вносят значительный вклад в



развитие Русского мира, работая со всеми категориями жителей и сегментами этнокультурного пространства. Наш опыт реализации различных проектов, связанных с русским языком и государственной культурной политикой, показывает, что использование потенциала библиотек весьма успешно способствует реализации всех функций – коммуникативной, интеграционной, социализирующей, трансляционной и когнитивной. А создание качественных ресурсов по русскому языку (например, виртуальная площадка «Русский язык» – <https://rusvirt.tambovlib.ru/>) решает несколько задач в виртуальном пространстве: доступности, коммуникации, интеграции, трансляции. Совместные проекты некоммерческих организаций и государственных и муниципальных библиотек ориентированы не только на наших граждан, но и иностранных студентов, обучающихся в отечественных вузах, мигрантов и взаимодействуют с партнёрами из зарубежных стран<sup>2</sup>.

Проекты вносят вклад в решение немаловажных проблем современного общества – грамотности и интереса к чтению. Благодаря им стали доступными инклюзивные практики популяризации русского языка, эффективные формы, методы, форматы, методики работы с иностранными студентами (например, в Тамбовской области сегодня обучаются более 4000 иностранцев из 64 стран мира), которые можно применять в вузах и ссузах, где русский язык изучают как иностранный, и в рамках подготовки специалистов по программам бакалавриата, магистратуры и аспирантуры. Использование и продвижение эталонного русского языка через чтение классических произведений отечественной литературы не только формирует грамотность, но и решает проблемы эмпатии, что особенно важно при работе со школьниками и студентами, молодёжными группами. Создание разнообразных ресурсов по русскому языку в виртуальном пространстве, в том числе ис-

пользование социальных сетей, создаёт культурную среду и для граждан других государств.

Предложенные подходы к решению проблем государственной культурной политики в сфере русского языка позволили сформулировать следующие константы, ключевые точки для учреждений культуры, образования, некоммерческих и общественных организаций: формирование в обществе представления о грамотности как важнейшей необходимой компетенции современного человека (через актуальные форматы дискуссионного типа, через анализ требований работодателей и т. п.), обеспечение достаточного уровня знаний общей языковой культуры граждан разных социальных групп и возрастов (через использование фестивальных технологий), продвижение русского языка как фундаментальной основы национальной самоидентификации, национальной безопасности, культурного и образовательного единства (через публикацию и обсуждение актуальных статей, дискуссионных форматов, медиа-коммуникации), формирование и развитие интереса к русскому языку и литературе как инструменту повышения уровня языковых компетенций и базы личного и профессионального развития (через новые форматы приобщения к чтению); создание эффективной системы поддержки русской языковой среды в информационном, культурно-просветительном и образовательном контексте региональных, зарубежных связей Тамбовщины; участие в развитии Русского мира, продвижении русского языка и расширение пространства его использования (через организацию работы в виртуальной среде с разными категориями пользователей, в том числе с иностранными студентами, и разработку комплекса методических материалов, сценариев, программ, роликов, видеолекций, листовок и буклетов по русскому языку, разных социальных активностей), организация площадки для инклюзивных групп населения (успешное применение интернет-площадок для людей с ОВЗ); создание условий для обогащения информационной базы просветительской деятельности культурно-образовательных институций края (привлечение к

<sup>2</sup> Проект «Говорим и пишем по-русски: популяризация и продвижение русского языка и культуры чтения» поддержан ООГО «Российский фонд культуры» в рамках федерального проекта «Творческие люди» национального проекта «Культура» (№ 20-1-000558 от 20.05.2020 г.).



участию в проекте и распространение результатов в муниципальных образованиях, других регионах), привлечение творческих людей к продвижению идей грамотности (писателей, поэтов, учёных-филологов, специалистов по русскому языку и литературе); пропаганда чтения и продвижение традиций семейного чтения (творческие встречи, фотовыставки, книжные выставки, иллюстративные материалы, игровые форматы и т. д.). Использование комплексного подхода в рамках конкретной территории позволяет максимально эффективно решать задачи культурной, языковой политики РФ.

Реализация государственной культурной политики, политики в сфере русского языка требует объединения усилий всех заинтересованных сторон. «Оказание долговременного влияния на иностранцев посредством мягкой силы является важным с точки зрения ведения культурных войн и носит характер первостепенной важности в текущей геополитической ситуации в мире» [3, с. 146]. Следует уделять внимание распространению русского языка в странах СНГ и странах дальнего зарубежья. Снижение количества печатной продукции, но увеличение количества ресурсов Интернета (можно использовать не только профильные информационные ресурсы, но и множество других) требует иных подходов к созданию виртуальной русскоязычной культурной среды. А обучение студентов русскому языку в неязыковой среде требует развития инновационных методик, методов обучения.

## ВЫВОДЫ

Целесообразно дифференцировать задачи применительно к каждому сегменту Русского мира. Мы предлагаем три направления: 1) работа с потребителями (соотечественники, в том числе и проживающие за рубежом, иностранные студенты, мигранты, все, кто изучает русский язык, культуру в зарубежных странах); 2) инновационные формы и методы обучения, методики, средства продвижения и т. д.; 3) развитие информационно-образовательного пространства.

Перспективы русского языка за рубежом связаны с привлекательностью и притягательностью России, россиян в культурном, экономическом, научном и инновационном потенциале, поскольку «расширение культурного и языкового присутствия России за рубежом выступает одним из ключевых факторов устойчивого развития Российской Федерации и её закрепления в мировом культурно-гуманитарном пространстве» [21, с. 90]. Взаимодействие в любых формах ведёт к взаимному обогащению и сотрудничеству участников, что способствует продвижению и пониманию институтов ценности, культурных установок, правил и традиций и т. д. Подход к русскому языку как «мягкой силе» государства способствует развитию «культурной» дипломатии. Привлекательность русского языка, русского слова в его духовности: слово обладает духовной сакральной силой, которая и представляет его ценность. В этом и заключается «мягкая сила» русского языка.

## Список источников

1. Лингвистика информационно-психологической войны. Кн. 1 / под ред. А.П. Сковородникова, А.А. Бернацкой, И.В. Евсеевой, А.В. Колмогоровой, Г.А. Копниной, Б.Я. Шарифуллина. Красноярск: Сиб. фед. ун-т, 2017. 340 с.
2. Селезнёва Л.В., Северская О.И., Саакян Л.Н. Имиджевые характеристики русского языка в аспекте политики «мягкой силы» // Русистика. 2021. Т. 19. № 3. С. 271-284. <https://doi.org/10.22363/2618-8163-2021-19-3-271-284>, <https://elibrary.ru/lqkezm>
3. Малеев А.А. Национальный язык как инструмент мягкой силы России // Политика и общество. 2017. № 3. С. 143-148. <https://doi.org/10.7256/2454-0684.2017.3.22079>, <https://elibrary.ru/yjnccj>
4. Лебедева М.М. «Мягкая сила»: понятие и подходы // Вестник МГИМО-Университета. 2017. № 3 (54). С. 212-223. <https://doi.org/10.24833/2071-8160-2017-3-54-212-223>, <https://elibrary.ru/zaovvx>

5. Кот Ю.В. Историософская парадигма русского мира (нравственно-религиозные аспекты) // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2023. № 2 (112). С. 32-42. <https://doi.org/10.24412/1997-0803-2023-2112-32-42>, <https://elibrary.ru/mntjpm>
6. Кочеров С.Н., Париков О.В. Философия русской идеи. М.: Изд. дом «Русская Философия», 2022. 300 с.
7. Астафьева О.Н., Козловцева Н.А. Государственная политика в сфере русского языка в контексте Русского мира // Знание. Понимание. Умение. 2017. № 3. С. 122-139. <https://doi.org/10.17805/zpu.2017.3.10>, <https://elibrary.ru/zhjoqd>
8. Бунеева Е.В. Языковая картина как зеркало Русского мира в условиях новой мировой архитектуры // Известия ВГПУ. 2023. № 1 (174). С. 35-38. <https://elibrary.ru/efdhai>
9. Томберг И.Р. Русский мир как элемент «мягкой силы» России в странах Центральной Азии // Вестник Дипломатической академии МИД России. Россия и мир. 2023. № 1 (35). С. 91-104. <https://elibrary.ru/jlfxje>
10. Куликов С.П., Новиков С.В., Просвирина Н.В. Анализ политики РФ в области расширения российского культурного присутствия за рубежом // Глобальный научный потенциал. 2018. № 9 (90). С. 69-74. <https://elibrary.ru/vkmqhs>
11. Пугачёв И.А., Хилькевич С.В., Юрманова С.А. Международные образовательные проекты факультета повышения квалификации преподавателей русского языка как иностранного Российского университета дружбы народов // Международная образовательная деятельность как фактор развития и сотрудничества высших учебных заведений в современном поликультурном мире: материалы Междунар. науч.-практ. конф. Улан-Удэ: Восточно-Сибирский гос. ин-т культуры, 2018. С. 51-57. <https://elibrary.ru/vuycxa>
12. Щербак А.С. Использование материалов олимпиады по русскому языку как иностранному в учебном процессе // Материалы 17 Всероссийской олимпиады для студентов по русскому языку как иностранному. М.: РУДН, 2022. С. 53-56.
13. Баранова И.И. Международное сотрудничество в продвижении русского языка и русской культуры за рубежом // Вопросы методики преподавания в вузе. 2018. Т. 7. № 26. С. 8-16. <https://doi.org/10.18720/HUM/ISSN2227-8591.26.1>, <https://elibrary.ru/yyirzr>
14. Арсеньев Д.Г., Баранова И.И., Краснощёков В.В. Инновационные программы изучения русского языка в зарубежной среде как PR-технология // Современные проблемы науки и образования. 2018. № 5. С. 135. <https://doi.org/10.17513/spno.28037>, <https://elibrary.ru/ymrlqd>
15. Гребенчиков Ю.Ю., Захарова М.В. Использование ресурсов международной цифровой олимпиады по русскому языку «Homo dicens» для продвижения культурно-исторического наследия Москвы // Успехи гуманитарных наук. 2022. № 7. С. 183-187. <https://elibrary.ru/wajjyq>
16. Лебедева М.М., Фор Ж. Высшее образование как потенциал «мягкой силы» России // Вестник МГИМО-Университета. 2009. № 6 (9). С. 200-205. <https://elibrary.ru/kygtaf>
17. Торкунов А.В. Образование как инструмент «мягкой силы» во внешней политике России // Вестник МГИМО-Университета. 2012. № 4 (25). С. 85-93. <https://elibrary.ru/pymqtd>
18. Гуров О.Н. Проблемы цифровой трансформации в области поддержки и продвижения русского языка за рубежом // Русский язык и культура в международном образовательном пространстве: сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф. Иваново: Ивановский гос. ун-т 2021. С. 37-43. <https://elibrary.ru/eundlg>
19. Савинков В.И. Пути сохранения русского языка в киберпространстве // Экономика и управление. 2013. № 2 (88). С. 4-7. <https://elibrary.ru/pwjklh>
20. Малеткина М.В., Нгома А.Д. Продвижение русского языка как иностранного посредством проведения образовательного форсайта «Послы русской культуры» // Русский язык без границ: новые возможности развития диалога культур: сб. ст. Междунар. педагогического форума. Нижний Новгород; Москва, 2022. С. 234-239. <https://elibrary.ru/yzvrlr>
21. Куликов С.П., Новиков С.В., Просвирина Н.В., Драгунова Е.В. Анализ деятельности образовательных организаций по расширению культурного и языкового присутствия Российской Федерации за рубежом // Глобальный научный потенциал. Экономика и управление. 2019. № 1 (94). С. 87-91. <https://elibrary.ru/vxvrhs>

## References

1. Skovorodnikova A.P., Bernatskaya A.A., Evseeva I.V., Kolmogorova A.V., Kopnina G.A., Sharifulin B.Ya. (eds.). *Lingvistika informatsionno-psikhologicheskoi voyny. Kn. 1* [Linguistics of Information-psychological Warfare. Book 1.]. Krasnoyarsk, Siberian Federal University Publ., 2017, 340 p. (In Russ.)
2. Selezneva L.V., Severskaya O.I., Saakyan L.N. Image characteristics of the Russian language in the aspect of "soft power" politics. *Rusistika = Russian Language Studies*, 2021, vol. 19, no. 3, pp. 271-284. (In Russ.) <https://doi.org/10.22363/2618-8163-2021-19-3-271-284>, <https://elibrary.ru/lqkezm>
3. Maleev A.A. The national language as a tool of Russian soft power. *Politika i obshchestvo = Politics and Society*, 2017, no. 3, pp. 143-148. (In Russ.) <https://doi.org/10.7256/2454-0684.2017.3.22079>, <https://elibrary.ru/yjnccj>
4. Lebedeva M.M. "Soft power": the concept and approaches. *Vestnik MGIMO-Universiteta = MGIMO Review of International Relations*, 2017, no. 3 (54), pp. 212-223. (In Russ.) <https://doi.org/10.24833/2071-8160-2017-3-54-212-223>, <https://elibrary.ru/zaovvx>
5. Kot Yu.V. Historiosophical paradigm of the Russian world (moral and religious aspects). *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv = The Bulletin of Moscow State University of Culture and Arts*, 2023, no. 2 (112), pp. 32-42. (In Russ.) <https://doi.org/10.24412/1997-0803-2023-2112-32-42>, <https://elibrary.ru/mntjpm>
6. Kocherov S.N., Parilov O.V. *Filosofiya russkoi idei* [Philosophy of the Russian Idea]. Moscow, Russian Philosophy Publishing House, 2022, 300 p. (In Russ.)
7. Astaf'eva O.N., Kozlovtsseva N.A. State policy in the sphere of the Russian language in the context of the Russian world. *Znanie. Ponimanie. Umenie = Knowledge. Understanding. Skill*, 2017, no. 3, pp. 122-139. (In Russ.) <https://doi.org/10.17805/zpu.2017.3.10>, <https://elibrary.ru/zhjoqd>
8. Buneeva E.V. Linguistic picture as the mirror of the Russian world in the context of the new world architecture. *Izvestiya VGPU = Izvestia of the Volgograd State Pedagogical University*, 2023, no. 1 (174), pp. 35-38. (In Russ.) <https://elibrary.ru/efdhai>
9. Tomberg I.R. The Russian world as an element of Russia's "soft power" in central Asian countries. *Vestnik Diplomaticheskoi akademii MID Rossii. Rossiya i mir = The Herald of the Diplomatic Academy of the MFA of Russia. Russia and the World*, 2023, no. 1 (35), pp. 91-104. <https://elibrary.ru/jlfxje>
10. Kulikov S.P., Novikov S.V., Prosvirina N.V. The analysis of the Russian federation policy in the field of expansion of the Russian cultural presence abroad. *Global'nyi nauchnyi potentsial = Global Scientific Potential*, 2018, no. 9 (90), pp. 69-74. (In Russ.) <https://elibrary.ru/vkmqhs>
11. Pugachev I.A., Khil'kevich S.V., Yurmanova S.A. International educational projects of the faculty of teachers' professional skills improvement in Russian as a foreign language of the peoples' friendship university of Russia. *Materialy Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii «Mezhdunarodnaya obrazovatel'naya deyatel'nost' kak faktor razvitiya i sotrudnichestva vysshikh uchebnykh zavedenii v sovremennom polikul'turnom mire»* [Proceedings of the International Scientific and Practical Conference "International Educational Activity as a Factor in the Development and Cooperation of Higher Educational Institutions in the Modern Multicultural World"]. Ulan-Ude, East-Siberian State Institute of Culture Publ., 2018, pp. 51-57. (In Russ.) <https://elibrary.ru/vuycxa>
12. Shcherbak A.S. Ispol'zovanie materialov olimpiady po russkomu yazyku kak inostrannomu v uchebnom protsesse [Use of materials from the Olympiad in Russian as a foreign language in the educational process]. *Materialy XVII Vserossiiskoi olimpiady dlya studentov po russkomu yazyku kak inostrannomu* [Proceedings of the 17th All-Russian Olympiad for Students in Russian as a Foreign Language]. Moscow, Peoples' Friendship University of Russia Publ., 2022, pp. 53-56. (In Russ.)
13. Baranova I.I. International cooperation in the promotion of the Russian language and Russian culture abroad. *Voprosy metodiki prepodavaniya v vuze = Teaching Methodology in Higher Education*, 2018, vol. 7, no. 26, pp. 8-16. (In Russ.) <https://doi.org/10.18720/HUM/ISSN2227-8591.26.1>, <https://elibrary.ru/yyirzr>
14. Arsen'ev D.G., Baranova I.I., Krasnoshchekov V.V. Innovative programs of Russian language study in the foreign environment as PR-technology. *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya = Modern Problems of Science and Education*, 2018, no. 5, pp. 135. (In Russ.) <https://doi.org/10.17513/spno.28037>, <https://elibrary.ru/ymlrqd>
15. Grebenshchikov Yu.Yu., Zakharova M.V. Using the resources of the international digital Olympiad in the Russian language "homo dicens" to promote the cultural and historical heritage of Moscow. *Uspekhi*

- gumanitarnykh nauk* = *Modern Humanities Success*, 2022, no. 7, pp. 183-187. (In Russ.) <https://elibrary.ru/wajjyq>
16. Lebedeva M.M., For Zh. Vysshee obrazovanie kak potentsial «myagkoi sily» Rossii [Higher education as the potential of Russia's "soft power"]. *Vestnik MGIMO-Universiteta* = *MGIMO Review of International Relations*, 2009, no. 6 (9), pp. 200-205. (In Russ.) <https://elibrary.ru/kygtaf>
  17. Torkunov A.V. Education as a soft power tool in Russian foreign policy. *Vestnik MGIMO-Universiteta* = *MGIMO Review of International Relations*, 2012, no. 4 (25), pp. 85-93. (In Russ.) <https://elibrary.ru/pymqtd>
  18. Gurov O.N. Role of digital transformation in promotion of the Russian language abroad. *Sbornik materialov Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii «Russkii yazyk i kul'tura v mezhdunarodnom obrazovatel'nom prostranstve»* [Proceedings of the International Scientific and Practical Conference "Russian Language and Culture in the International Educational Space"]. Ivanovo, Ivanovo State University Publ., 2021, pp. 37-43. (In Russ.) <https://elibrary.ru/eundlg>
  19. Savinkov V.I. methods of preserving the Russian language: cyberspace. *Ekonomika i upravlenie* = *Economics and Management*, 2013, no. 2 (88), pp. 4-7. (In Russ.) <https://elibrary.ru/pwjklh>
  20. Maletkina M.V., Ngoma A.D. Promotion of Russian as a foreign language through the educational foresight "Ambassadors of Russian culture". *Sbornik statei Mezhdunarodnogo pedagogicheskogo foruma «Russkii yazyk bez granits: novye vozmozhnosti razvitiya dialoga kul'tur»* [Proceedings of the International Pedagogical Forum "Russian Language without Borders: New Opportunities for Developing Cultural Dialogue"]. N. Novgorod, Moscow, 2022, pp. 234-239. (In Russ.) <https://elibrary.ru/yzvlri>
  21. Kulikov S.P., Novikov S.V., Prosvirina N.V., Dragunova E.V. Analysis of activities of educational organizations to enhance cultural and linguistic presence of the Russian federation abroad. *Global'nyi nauchnyi potentsial. Ekonomika i upravlenie* = *Global Scientific Potential. Economics and Management*, 2019, no. 1 (94), pp. 87-91. (In Russ.) <https://elibrary.ru/vxvrhs>

#### Информация об авторах

**Пронина Людмила Алексеевна**, доктор филологических наук, профессор, директор Общества, АНО «Тамбовское библиотечное общество»; директор, Тамбовская областная универсальная научная библиотека им. А.С. Пушкина, г. Тамбов, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0003-0963-4133>, [ProninaLuda2014@yandex.ru](mailto:ProninaLuda2014@yandex.ru)

**Вклад в статью:** разработка общей концепции статьи, анализ литературы, обработка результатов исследования, написание части текста статьи.

**Щербак Антонина Семёновна**, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры русского языка, Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина, г. Тамбов, Российская Федерация; профессор кафедры русской и зарубежной литературы, Самаркандский государственный университет им. Ша-рофа Рашидова, г. Самарканд, Республика Узбекистан, <https://orcid.org/0000-0002-4421-1884>, [ant\\_scherbak@mail.ru](mailto:ant_scherbak@mail.ru)

**Вклад в статью:** поиск и сбор литературы, написание части текста статьи, редактирование.

Конфликт интересов отсутствует.

Поступила в редакцию 05.06.2023  
Поступила после рецензирования 18.09.2023  
Принята к публикации 12.10.2023

#### Information about the authors

**Lyudmila A. Pronina**, Dr. habil. (Philology), Professor, Director of the Community, INPO "Tambov Library Community"; Director, Tambov Regional Universal Scientific Library named after A.S. Pushkin, Tambov, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0003-0963-4133>, [ProninaLuda2014@yandex.ru](mailto:ProninaLuda2014@yandex.ru)

**Contribution:** general manuscript concept development, literature analysis, processing of research results, part of manuscript text drafting.

**Antonina S. Shcherbak**, Dr. habil. (Philology), Professor, Professor of Russian Language Department, Derzhavin Tambov State University, Tambov, Russian Federation; Professor of Russian and Foreign Literature Department, Samarkand State University named after Sh. Rashidov, Samarkand, Republic of Uzbekistan, <https://orcid.org/0000-0002-4421-1884>, [ant\\_scherbak@mail.ru](mailto:ant_scherbak@mail.ru)

**Contribution:** literature search and analysis, part of manuscript text drafting, editing.

There is no conflict of interests.

Received June 5, 2023  
Revised September 18, 2023  
Accepted October 12, 2023

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ / ORIGINAL ARTICLE

УДК / UDC 008

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-1009-1016>

Шифр научной специальности 5.10.1

## Русский характер в символах и маркерах народного этноса

Галина Анатольевна БАУДЕР  , Людмила Игоревна ПОЛУНИНА 

ФГБОУ ВО «Мичуринский государственный аграрный университет»

393760, Российская Федерация, Тамбовская обл., г. Мичуринск, ул. Интернациональная, 101

 [tatmila@yandex.ru](mailto:tatmila@yandex.ru)

**Аннотация.** Проанализированы основные черты русского национального характера, позволяющие расширять кругозор и спектр гуманитарных знаний, способствовать формированию и укреплению национальной культуры в современном обществе. Рассмотрены факторы, определившие специфику формирования русского национального характера, среди которых выделяется диалектика. Обоснована необходимость ориентации современных социально-экономических преобразований в формировании мировоззрения и менталитета русского человека. Русский характер рассмотрен в символах и маркерах народного этноса, знакомство с которыми отражает один из принципов культурологического описания русского языка – включение максимальной информации, способствующей раскрытию культурного своеобразия русского языка, представляющего языковую картину мира. Обоснована диалектичность особенностей русского национального характера, что находит отражение в народном сознании и традиционной культуре. Данный фактор недостаточно отражён в учебном описании фактического материала в учебниках для вузов и школ среднего общего образования с русским и другими языками обучения. Культурологические знания как составляющие русской системы ценностей должны формироваться в сознании человека и способствовать дополнению имеющихся знаний о русском языке, национальной культуре, российской морали, составляющих российскую систему ценностей, что в целом способствует формированию такого устойчивого понятия, как «русский характер».

**Ключевые слова:** русский язык, русский характер, менталитет, диалектичность, народное мышление

**Для цитирования:** Баудер Г.А., Полунина Л.И. Русский характер в символах и маркерах народного этноса // Неофилология. 2023. Т. 9. № 4. С. 1009-1016. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-1009-1016>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная






## Russian character in symbols and markers of folk ethnicity

**Galina A. BAUDER**  , **Lyudmila I. POLUNINA** 

Michurinsk State Agrarian University

101 Internatsionalnaya St., Michurinsk, 393760, Tambov region, Russian Federation

 [tatmila@yandex.ru](mailto:tatmila@yandex.ru)

**Abstract.** The main features of the Russian national character are analyzed, which allow expanding the horizons and range of humanitarian knowledge, contributing to the formation and strengthening of national culture in modern society. The factors that determined the specifics of the Russian national character formation are considered, among which dialectics stands out. The necessity of orientation of modern socio-economic transformations in the formation of the worldview and mentality of the Russian people is substantiated. The Russian character is examined in the symbols and markers of the national ethnic group, familiarity with which reflects one of the principles of the cultural description of the Russian language – the inclusion of maximum information that helps to reveal the cultural originality of the Russian language, representing the linguistic picture of the world. The dialectical nature of the features of the Russian national character is substantiated, which is reflected in the popular consciousness and traditional culture. This factor is not sufficiently reflected in the educational description of factual material in textbooks for universities and schools of secondary general education with Russian and other languages of instruction. Cultural knowledge as components of the Russian value system should be formed in the human mind and help supplement existing knowledge about the Russian language, national culture, Russian morality, which constitute the Russian value system, which generally contributes to the formation of such a stable concept as “Russian character”.

**Keywords:** Russian language, Russian character, mentality, dialecticality, folk thinking

**For citation:** Bauder, G.A., & Polunina, L.I. Russian character in symbols and markers of folk ethnicity. *Neofilologiya* = *Neophilology*, 2023;9(4):1009-1016. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-1009-1016>



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



### ВВЕДЕНИЕ

«Национальный характер относится к числу наиболее сложных и спорных проблем теории наций и национальных отношений [1, с. 91]. Проблема понимания менталитета русского человека становится одной из важных проблем, превращаясь в условие, необходимое для выбора дальнейших путей социально-экономических и культурных преобразований.

Актуальность исследования обусловлена тем, что в настоящее время возрос интерес к изучению русской ментальности, культурного своеобразия русского языка, национальной культуры. Данная проблема актуальна,

так как национальный характер представляет собой концепт «русский характер», рассматривающийся как фрагмент языковой картины мира [2, с. 131].

В процессе формирования менталитета формируется конкретный психический тип с характерными особенностями, как результат восприятия жизненных установок, привычек, обычаев, традиций предыдущих поколений и т. д. Термин «национальный характер» не имеет единого толкования. Он скорее описательный, чем аналитический. Вначале его использовали при описании жизни народа, затем при анализе национального характера, темперамента, личностных черт, ценностных ориентаций и т. д.

Работа по изучению русского характера объединяет лингвистические и культурологические компетенции, сближает русский язык с другими областями знания общекультурной сферы, развивает кругозор субъекта культуры. Принято констатировать, что обучающиеся должны познакомиться с анализируемым материалом, овладеть языковыми нормами при его использовании. Однако знать значения слов и правила грамматики явно недостаточно для того, чтобы активно пользоваться языком как средством общения, необходимо знать как можно глубже «культурный мир» изучаемого языка. Это позволяет увидеть русский язык в несколько ином виде и осознать богатство существующих особенностей русского национального характера, но главное – отыскать путь постижения человеческой сущности в проекции на личность и её характер. На первый план выдвигается проблематика предотвращения «ломки» традиционной системы ценностей. Интересны в этом отношении изыскания в области диалектики русского мышления и национальной культуры.

## РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Проблема диалектики русского мышления является одной из актуальнейших проблем, анализ которой способствует пониманию сущности русского менталитета, национального характера, «феномена русской души».

Мы склонны утверждать, что характерной чертой русского национального мышления является диалектика, сущность которой отражает мысль о *единстве противоположностей*, о чём говорят русские поговорки, утверждая:

«Не было бы счастья, да несчастье помогло»; «В тихом омуте черти водятся»; «Тише едешь – дальше будешь»; «От великого до смешного один шаг»; «От любви до ненависти один шаг», «Поздняя птичка глазки протирает, а ранняя носик прочищает», «Ищи жену не в хороводе, а в огороде», «Старость не радость, бедность не корысть».

В русском фольклоре отражена идея перехода *количественных изменений в качественные* и обратно (ср.: «Мужик сер, а ум у

него волк не съел», «Москва не сразу строилась»; «Камень воду точит»), отражена суть закона *отрицания отрицания*. Вспоминается сказка А.С. Пушкина о рыбаке и рыбке, которая начинается и заканчивается образом старухи, сидящей у разбитого корыта.

Из сказанного следует, что диалектика присутствует в народном мышлении, причём именно она является подлинным ключом для правильного понимания сказочных героев и образов, воплотивших и отражающих русский характер, а также пониманию фольклорных символов.

По-прежнему остаётся обсуждаемым вопрос: почему главный герой русских сказок Иван-дурак, Иванушка-дурачок или Емелюшка-простачок. Пройдя все испытания, Иван/Иванушка и Емелюшка достигают успеха, что отражает диалектическую противоречивость жизни.

Обращают на себя внимание рассуждения А.Ф. Лосева о символе. Рассматривая понятие «онтологизм», учёный приходит к выводу, что в символе проявляется связь между его внешней выраженностью и внутренним содержанием. Анализируя понятие «многозначность», А.Ф. Лосев убедительно заявляет, что символ может быть наделён бесконечными смысловыми возможностями, следовательно, нести бесконечное знание [3; 4].

Так, символическими могут быть ситуации, в которых проявляются черты русского характера, о чём опять же свидетельствуют примеры русского фольклора, например, поговорки:

– *общинный коллективизм*:

«Семеро одного не ждут»;

«Все за одного и один за всех»;

«На миру и смерть красна»;

«В миру виноватого нет»;

«Вперед не забегай, а от своих не отставай»;

– *добродетель*:

«Доброму Бог помогает»;

«Добро век не забудется»;

«Доброму и добрая память»;

«Добро не лихо – ходит тихо»;

– *гостеприимство*:

«Что есть в печи, всё на стол мечи»;

«Добрый гость всегда в пору»;

«Хоть не богат, а гостям рад»;  
«Напой, накорми, а после вестей рас-  
спроси».

Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) от 24 августа 2020 г. представил данные исследования о восприятии россиянами характера русских людей<sup>1</sup>.

К положительным чертам «русского характера» относятся; патриотизм, гордость (13 %), честность (11 %), взаимовыручка и товарищество (14 %), мужественность, упорство, целеустремлённость (23 %), терпимость (18 %), оптимизм (9 %).

«Русскому характеру» присущи отрицательные качества и негативные черты (скажем, надежда на «авось»). Речь идёт о таких качествах, как лень (17 %), терпеливость, всепрощение, покорность (8 %), завистливость (6 %).

Респонденты отмечают, что положительных качеств «русского характера» гораздо больше, нежели отрицательных.

Материалы, отражающие своеобразие русского национального характера в первой четверти XXI века, пользуются повышенным вниманием исследователей. Данный период характеризуется наличием перманентного социального кризиса, демонстрирующего утрату русским народом значительной части жизненных сил, необходимость подтверждения своих добродетелей, в том числе на уровне осмысления русского национального характера. Не вызывает сомнения утверждение, что каждая нация является значимой составляющей всемирно-исторического процесса и уникальной в своей индивидуальности.

«Православие и диалектика глубоко вошли в человеческое сознание» [5, с. 181]. Х.У. Урунова считает, что «влияние религии на национальный менталитет очевидно» [6, с. 27]. Отмечая влияние религии на формирование русского характера. Н.О. Лосский утверждал, что религиозность и связанные с нею искания добра являются наиболее яркой чертой русского народа [7].

Обращаясь к литературе, истории и искусству, мы имеем возможность познакомиться с типичными для русских людей чертами характера. Не случайно, многие писатели, художники, композиторы, анализируя и изображая характер русского человека, обращались к произведению «Слово о полку Игореве», главной идеей которого было единение и взаимная поддержка. Это произведение заставляет нас задуматься об осознании храбрости русских людей, которые «Изронили жемчужну душу из храбра тела».

Сегодня особое внимание необходимо обратить на то, чтобы дети понимали, кто может называться героем и почему, например, князь Игорь – герой положительный, благородный, смелый, сражается во славу Руси, любим народом.

Ярко и точно русский характер представлен в романе Л.Н. Толстого «Война и мир». Мы видим в нём людей разных национальностей: русских, французов, немцев. Писатель смог удачно отразить характерные черты представителей каждой национальности. Анализируя героев произведения, мы ощущаем глубину русского характера. Писатель изображает своих героев в семейной, народной, социальной и духовной жизненных ситуациях. Особый интерес вызывает семья Ростовых, которая, в отличие от других семей, уважает и сохраняет русские традиции («Редко кто умел так, на широкую руку, хлебосольно устроить пир»). В героине Наташи Ростовой прописан русский национальный характер, её способность воспринимать и понимать русское начало в человеке («Где, как, когда всосала в себя из этого русского воздуха, которым она дышала, – эта графинечка, воспитанная эмигранткой-франуженкой, этот дух, откуда взяла она эти приёмы, которые раз de chaux давно бы должны были вытеснить? Но дух и приёмы эти были те самые, неподражаемые, не изучаемые, русские, которых и ждал от неё дядюшка»).

Заслуживает особого внимания знакомство с главным героем рассказа А.Н. Толстого «Русский характер» Егором Дрёмовым. Перед нами судьба обыкновенного человека: сын, муж, солдат, гражданин своей страны. Вся жизнь этого человека – подвиг. Он пре-

<sup>1</sup> Русский характер // ВЦИОМ Новости: сайт. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/russkij-kharakter> (дата обращения: 01.06.2023).

дан стране, долгу, семье. Он патриот и герой. Он умеет любить и жалеть. Мы наблюдаем в его характере силу духа, мужество, самоотверженность и заботу.

А.Н. Толстой считает, что русский характер проявляется в способности преодолевать трудности, сохранять стойкость духа. Мы согласны с утверждением писателя, что по-настоящему красив тот человек, у кого есть доброе сердце, что внутренние качества важнее внешней красоты.

Андрей Соколов из рассказа «Судьба человека» М.А. Шолохова – солдат-патриот, способный уничтожить предателя в своих рядах, выжить в плену, заслужив уважение немцев. Он трагически и мужественно перенёс потерю семьи, но продолжил жить, сохранив лицо человека; обогрел и приютил сироту-мальчишку. Своим поведением он подтвердил наличие истинно русского характера. Изображая Соколова обычным человеком, писатель придаёт ему черты обобщённости, а его действиям – нравственную нормативность.

Терпеливость русского народа обуславливается несколькими факторами. Во-первых, доминантой православной веры, которая транслирует мысль о том, что со всеми трудностями мы можем справиться. Об этом говорит и религия: Господь не допустит испытаний, которые были бы вам не по силам, Бог не даёт испытаний, с которыми мы не можем справиться. Во-вторых, постоянные набеги кочевников, продолжительное нахождение под зависимостью от Золотой Орды, крепостничество поспособствовали развитию терпимости в национальном характере. Реалии времени требовали формирования названных черт характера у наших современников.

Если беда коснётся близких людей и личной жизни, русский человек сделает всё, чтобы противостоять этому. Вольнолюбие, именно в русском характере, приобретает своё особое значение, которое заключается в том, что вольность понимается русским народом по-своему. Это связано во многом с такой чертой характера, как высокая адаптивность.

Д.С. Лихачёв писал: «Широкое пространство всегда владело сердцами рус-

ских... Эта тема нашла отражение в фольклоре и искусстве. Это и русская удаль, т. е. храбрость, помноженная на простор в широком движении... И в русской пляске – стремление занять как можно больше места. И в русской протяжной песне – тоска по простору. И в быстрой езде, и в летописях, былинах – восторг перед пространством» [8, с. 10].

Можно утверждать, что русский характер противоречив. Это отмечали многие известные личности. Ф.М. Достоевский выделял противоречивую часть русского характера – потребность в страдании, которая прослеживается через всю историю русского народа. Это связано с особенностями организации жизнедеятельности и доминированием православной веры.

Важнейшими символами русской культуры всегда считались «хлеб», «крест» и «меч» («Хлеб всему голова», «Хлебу и в поле, и в доме почёт»). Символом христианской веры является крест, оберегающий душу человека («Нет на том креста, в ком душа черства»). Символом защиты веры, человека и его духовных ценностей является меч («Меч – не голову сечь, а душу беречь»). В русском национальном характере духовность определяют как доминанту. Русские пословицы гласят, что русская душа мягкая, открытая и широкая: «Сердце не камень», «Не стерпела душа – на простор пошла».

Н.А. Бердяев считал, что «духовность русских людей плавает в стихии душевности». Может быть, именно этим можно объяснить парадокс: русский характер имеет недостатки – тенденцию к крайностям. Русский человек способен жить по принципу: «всё или ничего», подтверждая выбранную установку поговорками: «Пан или пропал», «Грудь в крестах или голова в кустах».

Такие понятия, как православие, коллективизм и диалектика являются основными взаимосвязанными показателями русского характера. Мораль, регулируя человеческие отношения, опирается на силу сознания и убеждения человека и формируется такими показателями, как:

1) сложившиеся некогда традиции, обычаи, обряды, нравы, вошедшие в привычку и ставшие традиционными нормами пове-

дения, мотивы которого формируются следующим образом: «так не принято», «так не делают», «как все, так и я», «так издавна повелось»;

2) поведение личности регламентируется силой общественного мнения, общественным признанием и добрым именем («Человек сам себе делает имя», «Не имя красит человека, а человек – имя»).

Анализируя русский характер, мы не можем не согласиться с существующим утверждением, что каждый человек индивидуален. В связи с этим отмечаем, что человек может быть слабохарактерным («Человек – не камень, терпит, терпит, да и треснет»). Достаточно часто состояние души у русского человека способно преобладать над здравым смыслом, рассудочным восприятием жизни, эмоциональностью, непредсказуемостью и максимализмом, что отражают русские фразеологизмы: «очертя голову», «в омут с головой», «из огня да в полымя».

В наше время наблюдается переориентация ценностей, оказывающая значительное влияние на процесс воспитания молодёжи, нарушение контактов людей с их национальными корнями. Считаем необходимым активизировать работу с детьми и подростками в плане их знакомства с историей страны. Необходимо формировать у людей чувство добра, патриотизма, человеческого отношения друг к другу на реальных примерах.

Приведём строки из стихотворения студента социально-педагогического института Мичуринского государственного аграрного университета Константина Илюхина:

Пусть живёт в крови святая память  
О быте, о традициях и мире,  
Чтоб наши внуки, нас же вспоминая,  
Гордились тем, что мы когда-то жили.

Чтоб Родину от сердца воспевая,  
Мы города и сёла возводили,  
Науку вверх к открытиям толкая,  
Свою отчизну и народ любили...

Подводя итоги, можно сказать, что именно для того, чтобы понимать самих себя, понимать наши истоки, необходимо не только изучать историю, которая помогает

разобраться в корнях того, что мы имеем сейчас, будь то характер людей, уклад жизни, отношение к государственности, но и вводить изучение культуры в другие дисциплины: русский язык и литературу, историю, обществознание, изобразительное искусство. При надлежащей реализации это поможет развить познавательный интерес у обучающихся, что благоприятно скажется на их самопознании, на воспитании в них гражданственности и патриотизма.

Именно русский педагог, учитель и наставник, обладающий русским характером, способен передать обучающимся жизненно необходимые черты национального характера: любовь к Родине, людям, добропорядочность, религиозность, духовность и благородство.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Определяя понятие «русский характер», следует подразумевать менталитет, поведенческие стереотипы, культурные особенности, отличающие русский народ от других.

Невозможно определить какую-либо доминантную черту характера человека, по которой можно было бы отнести его исключительно к определённой нации.

Национальный характер русского человека отражает особый образ жизни народа, народное сознание, которые глубоко диалектичны. Диалектика способствует правильному пониманию народных образов и символов [9].

Современные реалии мира предполагают постепенную универсализацию, это в большей степени связано с глобализацией, так как выстраивание новых коммуникативных мостов приводит к обмену опытом, а следовательно, и обмену культурными составляющими. Это оказывает благоприятное влияние на подрастающее поколение, так как знакомство с другой культурой страны помогает глубже проникнуть и в культуру своей страны. При этом многим может показаться, что тесный контакт разных культур может навредить национальной идентичности и способствовать потере национального характера. С этим можно поспорить, так как национальный характер разных



народов складывался тысячелетиями, и обрушить многовековую структуру довольно тяжело. В условиях исторического процесса каждая нация должна сохранять свою неповторимость, самобытность и свой национальный характер.

В наше время учёные диагностируют нарушения основ русского национального характера. Формируется новый менталитет и новая психология. Тем не менее, основные

черты русской ментальности сохраняются. Для наших современников непреходящими ценностями являются коллективизм, вероисповедание, правила морали, сострадание, участие в судьбах людей. Время способно накладывать отпечатки на нашу жизнь, но такие черты русского характера, как патриотизм, доброта, забота, гордость, великодушные, чувство собственного достоинства будут всегда основными для русских людей.

### Список источников

1. Ореховская Н.А. Особенности русского национального характера // Современные проблемы социально-гуманитарных наук. 2016. № 1 (3). С. 91-95. <https://elibrary.ru/votzpf>
2. Зиганшина Г.Х. Концепт «характер человека» через призму сегодняшнего дня // Вестник Башкирского университета. 2013. Т. 18. № 1. С. 125-132. <https://elibrary.ru/pyvrtm>
3. Лосев А.Ф. Знак. Символ. Миф: труды по языкознанию. М.: Изд-во МГУ, 1982. 479 с.
4. Лосев А.Ф. Проблема символа и реалистическое искусство. М.: Искусство, 1995. 319 с.
5. Чубайс И. Российская идея. Становление и история, разрыв и возрождение. Россияведение, или Теория России. Истоки и бессмыслие советского коммунизма. М.: Изд. центр «Аква-Терм», 2012. 448 с.
6. Урунова Х.У. Роль религии в формировании менталитета // Международный научно-исследовательский журнал. 2016. № 3-5 (45). С. 26-28. <https://doi.org/10.18454/IRJ.2016.45.030>, <https://elibrary.ru/vpiyct>
7. Лосский Н.О. Характер русского народа // Лосский Н.О. Условия абсолютного добра: Основы этики; Характер русского народа. М.: Политиздат, 1991. С. 237-360.
8. Лихачёв Д.С. Заметки о русском. М.: Сов. Россия, 1981. 71 с.
9. Мункуева Р.Б., Серебрякова Ю.А. Понятие национального характера // Вестник Бурятского государственного университета. 2018. № 3-3. С. 32-37. <https://doi.org/10.18101/1994-0866-2018-3-3-32-37>, <https://elibrary.ru/yoihkp>

### References

1. Orekhovskaya N.A. Osobennosti russkogo natsional'nogo kharaktera [Features of the Russian national character]. *Sovremennye problemy sotsial'no-gumanitarnykh nauk* [Modern Problems of Social and Humanities Sciences], 2016, no. 1 (3), pp. 91-95. (In Russ.) <https://elibrary.ru/votzpf>
2. Ziganshina G.Kh. "Human character" concept in contemporary context. *Vestnik Bashkirskogo universiteta* [Bulletin of Bashkir University], 2013, vol. 18, no. 1, pp. 125-132. (In Russ.) <https://elibrary.ru/pyvrtm>
3. Losev A.F. *Znak. Simvol. Mif: trudy po yazykoznaniyu* [Sign. Symbol. Myth: Works on Linguistics]. Moscow, Lomonosov Moscow State University Publ., 1982, 479 p. (In Russ.)
4. Losev A.F. *Problema simvola i realisticheskoe iskusstvo* [The Problem of Symbol and Realistic Art]. Moscow, Iskustvo Publ., 1995, 319 p. (In Russ.)
5. Chubais I. *Rossiiskaya ideya. Stanovlenie i istoriya, razryv i vrozozhdenie. Rossievedenie, ili Teoriya Rossii. Istoki i bessmyslie sovetского kommunizma* [Russian Idea. Formation and History, Rupture and Rebirth. Russian Studies, or Theory of Russia. The Origins and Nonsense of Soviet Communism]. Moscow, "Akva-Term" Publishing Center, 2012, 448 p. (In Russ.)
6. Urunova Kh.U. The role of religion in forming the mentality. *Mezhdunarodnyi nauchno-issledovatel'skii zhurnal = International Research Journal*, 2016, no. 3-5 (45), pp. 26-28. (In Russ.) <https://doi.org/10.18454/IRJ.2016.45.030>, <https://elibrary.ru/vpiyct>
7. Losskii N.O. Kharakter russkogo naroda [The character of the Russian people]. In: Losskii N.O. *Usloviya absolutnogo dobra: Osnovy etiki; Kharakter russkogo naroda* [Conditions of Absolute Good: Fundamentals of Ethics; The Character of the Russian People]. Moscow, Politizdat Publ., 1991, pp. 237-360. (In Russ.)

8. Likhachev D.S. *Zametki o russkom* [Notes about Russian]. Moscow, Soviet Russia Publ., 1981, 71 p. (In Russ.)
9. Munkueva R.B., Serebryakova Yu.A. Concept of national character. *Vestnik Buryatskogo gosudarstvennogo universiteta* = *Buryat State University Bulletin*, 2018, no. 3-3, pp. 32-37. (In Russ.) <https://doi.org/10.18101/1994-0866-2018-3-3-32-37>, <https://elibrary.ru/yoihkp>

#### Информация об авторах

**Баудер Галина Анатольевна**, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры педагогики и психологии, Мичуринский государственный аграрный университет, г. Мичуринск, Тамбовская обл., Российская Федерация, <https://orcid.org/0009-0007-9595-928X>, [tatmila@yandex.ru](mailto:tatmila@yandex.ru)

**Вклад в статью:** идея, анализ данных, написание части текста статьи, редактирование.

**Полунина Людмила Игоревна**, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры педагогики и психологии, Мичуринский государственный аграрный университет, г. Мичуринск, Тамбовская обл., Российская Федерация, <https://orcid.org/0009-0007-6206-2652>, [mila.polunina.80@bk.ru](mailto:mila.polunina.80@bk.ru)

**Вклад в статью:** сбор материала для анализа, анализ данных, написание части текста статьи, редактирование.

Конфликт интересов отсутствует.

Поступила в редакцию 10.07.2023  
Поступила после рецензирования 21.09.2023  
Принята к публикации 12.10.2023

#### Information about the authors

**Galina A. Bauder**, PhD (Philology), Associate Professor, Associate Professor of Pedagogy and Psychology Department, Michurinsk State Agrarian University, Michurinsk, Tambov region, Russian Federation, <https://orcid.org/0009-0007-9595-928X>, [tatmila@yandex.ru](mailto:tatmila@yandex.ru)

**Contribution:** idea, data analysis, part of manuscript text drafting, editing.

**Lyudmila I. Polunina**, PhD (Philology), Associate Professor, Associate Professor of Pedagogy and Psychology Department, Michurinsk State Agrarian University, Michurinsk, Tambov region, Russian Federation, <https://orcid.org/0009-0007-6206-2652>, [mila.polunina.80@bk.ru](mailto:mila.polunina.80@bk.ru)

**Contribution:** collection of material for analysis, data analysis, part of manuscript text drafting, editing.

There is no conflict of interests.

Received July 10, 2023  
Revised September 21, 2023  
Accepted October 12, 2023

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ / ORIGINAL ARTICLE

УДК / UDC 81-116

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-1017-1025>

Шифр научной специальности 5.10.1

## Научные взгляды Р.О. Якобсона в парадигме текстолингвистики

Линь Е , Итун ЛЮ  

Нанкинский педагогический университет

210097, Китайская Народная Республика, г. Нанкин, ул. Нинхай-Роуд, 122

 [18845796548@163.com](mailto:18845796548@163.com)

**Аннотация.** Изучена семиотическая концепция Р.О. Якобсона, идеи которой связаны со структуриализмом как методом познания, семиотикой как науки о знаковых системах и поэтикой как общей семиотикой текста. Проанализированы основные компоненты концепции Р.О. Якобсона, основанные на лингвокультурологическом аспекте текстологии. Обобщены его комплексный и диалогический взгляд на семиотику, уникальные особенности его исследовательской парадигмы. При рассмотрении категории «комплексность» обращается внимание на моделирование модели «смысл – текст» в аспекте сближения науки о языке с науками антропоцентрического цикла. Рассмотрение сходства и смежности метафоры и метонимии позволили Р.О. Якобсону считать, что любая метонимия наделена легкой метафорической тенью, а любая метафора имеет метонимическую окраску, и выделить формальный метод исследования, который представляет собой слияние и преобразование двух различных процессов мышления – гуманистического и научного. Учёный считал языковое сознание в некотором роде производным от этнокультурного сознания, поскольку оно отчётливо отражает представления восточных и западных людей о мире внутри отдельной национально-культурной традиции, выстраивающей свой научный взгляд, определяющей особенности организации дискурса. Категория «диалогичность», проявляющаяся в процессе речемыслительной деятельности индивида, реализует диалектическое единство языка и мышления, в связи с чем, имея в виду мыслительные процессы, происходящие в сознании человека, корректнее говорить о диалогичности как о текстопорождающем речемыслительном процессе.

**Ключевые слова:** Р.О. Якобсон, парадигма исследования, комплексность, диалогичность, текстолингвистика

**Благодарности:** Работа выполнена в рамках проекта национального фонда социальных наук Китая «Исследование эволюции русских литературных жанров в XIX веке» (21aww004).

**Для цитирования:** Е Линь, Лю Итун. Научные взгляды Р.О. Якобсона в парадигме текстолингвистики // Неофилология. 2023. Т. 9. № 4. С. 1017-1025. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-1017-1025>




Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



## Scientific views of R.O. Jacobson in the paradigm of text-linguistics

Lin YE , Yitong LIU  

Nanjing Normal University  
122 Ninghai Rd., Nanjing, 210097, People's Republic of China  
 [18845796548@163.com](mailto:18845796548@163.com)

**Abstract.** The semiotic concept of R.O. Jacobson has been studied, the ideas of which are associated with structuralism as a method of cognition, semiotics as the science of sign systems and poetics as the general semiotics of the text. We analyzed the main components of the R.O. Jacobson concept, which based on the linguocultural aspect of textual criticism. His complex and dialogical view of semiotics and the unique features of his research paradigm are summarized. When considering the category “complexity”, attention is drawn to the modeling of the “meaning – text” model in the aspect of bringing the science of language closer to the sciences of the anthropocentric cycle. Consideration of the similarity and contiguity of metaphor and metonymy allowed R.O. Jacobson should consider that any metonymy is endowed with a slight metaphorical shadow, and any metaphor has a metonymic coloring, and highlight a formal method of research, which represents the merging and transformation of two different processes of thinking – humanistic and scientific. The scientist considered linguistic consciousness to be in some way derivative of ethnocultural consciousness, since it clearly reflects the ideas of Eastern and Western people about the world within a separate national-cultural tradition, building its own scientific view, defining the features of the organization of discourse. The category of “dialogicity,” which manifests itself in the process of an individual’s speech-mental activity, realizes the dialectical unity of language and thinking, and therefore, bearing in mind the thought processes occurring in the human mind, it is more correct to speak of dialogicity as a text-generating speech-thinking process.

**Keywords:** R.O. Jacobson, research paradigm, complexity, dialogism, text-linguistics

**Acknowledgements:** The work was carried out within the framework of the project of the National Social Science Foundation of China “Research on the evolution of Russian literary genres in the 19th century” (21aww004).

**For citation:** Ye, Lin, & Liu, Yitong. Scientific views of R.O. Jacobson in the paradigm of text-linguistics. *Neofilologiya* = *Neophilology*, 2023;9(4):1017-1025. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-1017-1025>



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



### ВВЕДЕНИЕ

Выдающийся представитель гуманитарного знания XX столетия, один из основателей Московского, Пражского и Нью-Йорского лингвистических кружков, русский, советский, польский, чешский, американский филолог Р.О. Якобсон внёс большой вклад в историю развития русской и мировой лингвистики.

При жизни Р.О. Якобсон всегда подчёркивал, что он русский учёный, а на его над-

гробном камне написано «русский филолог». Если учёные называют Р.О. Якобсона только «американским учёным» или рассматривают его лингвистические достижения только в контексте европейских и американских исследований, то это не вполне корректно, что нарушает самоидентификацию этого выдающегося лингвиста. На протяжении всей плодотворной научной деятельности, после отъезда в США, Р.О. Якобсон неоднократно посещал страны Восточной Европы для участия во Всемирном конгрессе славистов.

Изучение славянской проблематики было одной из основных тем его научных интересов.

Нами установлено, что исследователей лингвистического наследия Р.О. Jakobsona больше из европейских стран, чем из российских. Статистика публикаций о Р.О. Jakobsonе в Китае показывает, что примерно 65 % написано английскими специалистами, 30 % написано китайскими русистами. Китайские русисты обращают больше внимания на изыскания Р.О. Jakobsona в области поэтики, а китайские англисты уделяют больше внимания его теории перевода и философии языка.

Роман Осипович Jakobson был одним из основателей Общества по изучению поэтического языка (ОПОЯЗ), где утвердился Jakobsonовский подход к анализу художественного произведения. Этот подход даёт возможность для исследований в области семиологических эстетических высказываний (текста), поскольку содержит в себе выявление коммуникативных схем, наличие творческих элементов, приносящих автором в сообщение. Из этого следует, что анализ художественного произведения для Р.О. Jakobsona был особенно важен в контексте разработки модели «смысл – текст».

Р.О. Jakobson назван «одним из самых креативных мыслителей XX века» [1, с. 19], который считал необходимостью сблизить науку о языке с такими науками антропоцентрического цикла, как культурология, психология, нейролингвистика, славистика, теория связи. В.Н. Гончаренко приводит мнение итальянского специалиста по семиотике У Эко: «Роман Jakobson считает, что поиск универсалий семиотических констант – это главная проблема лингвистики будущего (и всей будущей семиологии)» [2, с. 62].

В настоящее время идеи Р.О. Jakobsona применимы в текстолингвистике, или лингвистике текста, сравнительно новой парадигмы исследований, в основе которой лежит познание глубинных смыслов, объёмность структур и множества лингвистических и экстралингвистических факторов текста. Учёные подчёркивают: «Исследование лингвистических и экстралингвистических параметров коммуникации на сам текст – его структуру и функционирование – стало важ-

ной проблемой психолингвистических и социолингвистических исследований» [3, с. 67].

При рассмотрении общей проблематики лингвистической структурированности, поэтической речи, проблем семиотики, в учении Р.О. Jakobsona особого внимания требуют такие категории, как комплексность и диалогичность, что является целью данного исследования.

В отличие от западной парадигмы изучения филологического наследия Р.О. Jakobsona, мы пытаемся учитывать славянский контекст с учётом различия между парадигмами академических исследований российских и западных учёных.

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Изучение лингвистических и экстралингвистических параметров коммуникации на сам текст позволяет рассматривать вопросы комплексной парадигмы, объединяющей разнообразные области научного знания и исследования языка.

**Комплексность парадигмы исследования Р.О. Jakobsona.** Ключевой характеристикой Р.О. Jakobsona был лингвистический взгляд на словесное творчество (поэзию и литературу) и проблему соотношения языка и мозга [4].

В науке не существует чёткого ответа на вопрос: «Что такое язык?» Нет в лингвистике ответа и на вопрос: «Что считать текстом: слово, совокупность нескольких слов (синтагма), междфразовое единство, предложение?»

Отдельное слово тоже может являться текстом, что ярко иллюстрируют, например, имена собственные, которые дают представления о свёрнутом тексте. Ср.: использование в китайской антропонимической традиции такой номинативной единицы, как «Жэнь», которую носители китайской лингвокультуры предпочитают в составе фамильного антропонима, поскольку за этим словом лежит свёрнутый текст с идеей конфуцианства – доброта и милосердие. Обратим внимание на тот факт, что стереотипные представления о добром человеке в русском и китайском сознании во многом схожи [5]. В составе русского фамильного антропони-



мика преобладают имена и прозвища. Речь идёт о том, что слово в любом языке, как правило, мотивировано контекстом лингвокультуры страны, оно становится отражением так называемого «образа мира». В свою очередь часть данных образов становится символами, которые служат инструментом передачи и хранения информации.

В настоящее время современная семиотика уже вышла за рамки гуманитарных наук, появились такие междисциплинарные парадигмы, как экосемиотика, биосемиотика, вычислительная семиотика, компьютерная лингвистика, цифровая лингвистика, что свидетельствует о мощной жизненной и интерпретационной силе теории семиотики.

Сфера применения семиотики расширилась от первоначальной лингвистической модели, представленной Пражской школой, советской историко-культурной семиотики Ю.М. Лотмана до когнитивной семиотики, в основе которой лежит изучение создания смысла, применяющей методы и теории из семиотики, лингвистики, психологии, культурологии, антропологии, философии и других наук.

Р.О. Якобсон, развивая идеи структурализма Ф. де Соссюра, пытался открыть границы между лингвистикой, литературой, философией и социальными науками, чтобы иметь возможность рассматривать определённый вопрос синхронно с нескольких точек зрения. Это как раз является воплощением комплексного взгляда Р.О. Якобсона на язык. Как он сказал в интервью с французским биологом Франсуа Жакобом: «Взаимосвязи между различными дисциплинами становятся всё более и более тесными и, мне кажется, можно уже предвидеть достаточно логичную систему этих взаимосвязей» [6, р. 216].

Академические интересы Р.О. Якобсона в области фольклора и литературной критики также сосредоточены на его основном объекте изучения – языке. Вместо того чтобы определять рамки дисциплины о языке, как это с самого начала делали другие учёные, он постоянно ищет возможности сочетания и пересечения лингвистики и других дисциплин. Поэтому Р.О. Якобсон всегда и старался изучать взаимосвязь лингвистики с другими

областями знания. Такой целостный и комплексный взгляд позволяет ему в своих исследованиях рассматривать объект изучения с разных сторон и более полно. Например, при изучении фонологии он исходил не из самой фонологии, как его предшественники, а из смысловозначительной функции фонологии в языке и новаторски предложил использовать фонемы в качестве смысловозначительных признаков, причём сами эти признаки имеют структуру дихотомических противопоставлений. Позднее правильность этой теории была подтверждена, и метод дихотомических исследований был успешно использован в антропологии и других областях науки К. Леви-Строссом и другими исследователями под влиянием разработок Р.О. Якобсона.

Комплексность парадигмы исследования Р.О. Якобсона ярко отразилась и в его взглядах на соотношение поэтики и лингвистики. Р.О. Якобсон и известный русский литературовед В.Б. Шкловский стали близкими друзьями ещё в университете, но их взгляды на поэтику были очень разными. Как известно, В.Б. Шкловский выступал за разграничение поэтического и обыденного языка, за независимость изучения поэзии от лингвистических исследований. Р.О. Якобсон, напротив, утверждал, что художественный текст представляется открытой семиотической системой, следовательно, он должен быть отнесён к сфере лингвистики.

В своём учении Р.О. Якобсон отходит от исследовательской модели формалистов-литературоведов, разделяющих поэтику и лингвистику на гуманитарные и естественные дисциплины, и считал, что поэтический язык относится к сфере гуманитарных исследований, а повседневный язык – к сфере естественных наук, что изучение лингвистики должно содержать как гуманитарный, так и научный аспекты, и поэтому в исследовании должны применяться как гуманитарные, так и естественные методы.

Практикуя дихотомию Ф. де Соссюра, Р.О. Якобсон не ставит две оппозиции в абсолютную бинарность, а диалектически объединяет и унифицирует их, подчёркивая внутреннюю связь между ними. В то время

как Ф. де Соссюр считал противопоставление синхронии и диахронии совершенно абсолютным, то есть «не терпит компромисса», Р.О. Якобсон, напротив, утверждает, что синхронная система языка едва ли может быть отделена от языковых изменений (см.: [7; 8]).

Особая заслуга Р.О. Якобсона состоит в том, что он обосновал учение о метафоре и метонимии, которые являют собой единый «символический процесс» и порождают разные стили в искусстве: метафоричность – романтизм и символизм, а метонимичность – реализм. Эти два принципиально разных способа постижения человеком окружающей действительности способствовали образованию совершенно непохожих и даже не понимающих друг друга культурных миров. Данный факт можно проиллюстрировать современным словом «флешмоб», которым называют самостоятельный жанр, совершенно противоположный жанру басни, которая в свою очередь противоположна наиболее популярному сегодня поэтическому жанру хип-хоп текст. Иными словами, Р.О. Якобсон не проводил чёткую границу между метонимией и метафорой и считал, что любая метонимия наделена лёгкой метафорической тенью, а любая метафора имеет метонимическую окраску.

Новаторская исследовательская парадигма Р.О. Якобсона не только разрушает присущий бинарности антагонизм в сторону внутренней интеграции, но и позволяет перейти от дихотомии к плюралистическому исследованию и глубже изучить внутреннюю природу языка.

**Диалогичность теории Р.О. Якобсона.** При упоминании теории «диалога» в первую очередь вспоминается имя известного русского семиотика М.М. Бахтина, чьи идеи о «диалогизме» в литературе получили всеобщее признание в мировом научном сообществе.

Французский лингвист и семиотик Линда Ваух из университета штата Аризона в США была единомышленником Р.О. Якобсона. Она собрала и проанализировала значительную часть неопубликованных работ Р.О. Якобсона и утверждает, что творчество Р.О. Якобсона и его научная парадигма носят

типично диалогический характер [9, с. 158]. По мнению Линды Ваух, Р.О. Якобсон считал, что язык по своей природе коммуникативен и что в основе языка лежит диалог.

По Р.О. Якобсону, сущностная характеристика языка заключается в его диалогичности, монолог вторичен, и именно обмен информацией в любой форме дискурса изучается лингвистикой. Разработанная модель коммуникации Р.О. Якобсона утверждает, что завершение вербальной коммуникации и реализация её функций зависит от шести элементов речевого акта: 1) говорящего, 2) адресата, 3) сообщения, 4) кода (термин «код» в научный обиход ввёл Р.О. Якобсон, заимствовав его из теории информации), 5) контакта и 6) контекста. Преобладание или отсутствие этих шести элементов при передаче информации соответствует шести функциям языка: коммуникативной, коннотативной, поэтической, экспрессивной (эмотивной), фатической и метаязыковой.

Таким образом, по мнению Р.О. Якобсона, диалог является основой языка, язык – это диалог между говорящим и адресатом, осуществляемый посредством определённых элементов для достижения цели коммуникации, что отражает основной диалогический взгляд Р.О. Якобсона на язык.

Первую половину своей жизни учёный провёл, переезжая из одной страны в другую, переключаясь с одного языка на другой для создания своих работ. Учёный вёл внутренний диалог с самим собой через языки, пространство и время. Учения Р.О. Якобсона демонстрируют характеристики обратной связи, взаимоинтеграции и преемственности, что также является результатом его самодиалога.

Хотя М.М. Бахтин и предложил теорию диалога, сам он был замкнут и не любил общаться с другими людьми, и характер этого великого учёного казался несовместимым с его теорией, тогда как Р.О. Якобсон, в отличие от М.М. Бахтина, был очень заинтересован в общении и обмене идеями с другими учёными. В предисловии к своей книге «Диалог» (1983), вышедшей через год после его смерти, Р.О. Якобсон излагает свои научные мысли в форме диалога со своей женой Кристиной Поморской. Он считает, что в

языке и науке о языке присутствие собеседника является необходимым.

Общение Р.О. Якобсона с другими учёными никогда не прекращалось, он поддерживал тесные контакты и научное общение с учёными различных сфер. В своей научной работе он также стремится к осуществлению общения с учёными разных школ. С хронологической точки зрения первыми собеседниками Р.О. Якобсона должны были стать учёные, оказавшие значительное влияние на ранний этап его научной карьеры, такие как И.А. Бодуэн де Курдэн, Н.В. Крушевский, Ф. де Соссюр и другие, которые были его наставниками в период структуралистского направления. Кроме того, в своих работах Р.О. Якобсон неоднократно высоко оценивал или критиковал других учёных, например, британского фонетиста Генри Свита, чешского философа Томаша Гаррига Масарика, русского лингвиста Е.Д. Поливанова, американского лингвиста Л. Блумфилда [9, с. 161]. Он всегда был открыт для принятия идей других учёных и с удовольствием принимал критические замечания, вступал в прямой диалог в публикациях, вёл жаркие дискуссии [9, с. 164], активно содействовал диалогу между учёными, европейскими и американскими теоретическими школами. Уехав в Чехословакию и Нью-Йорк, он стал лидером в создании платформы академической мобильности, которая способствовала распространению научных идей во всём мире. В научный обиход им были введены термины «различительные признаки», «таксис», «языковой центр», «конвергенция», «языковой союз», ставшие в наши дни общеупотребительными в среде лингвистического сообщества.

В учении Р.О. Якобсона, как и в его взаимоотношениях с другими учёными, всегда присутствует такое заметное качество, как диалогичность. Возможно, именно благодаря более глубокой, чем у М.М. Бахтина, концепции диалога учение Р.О. Якобсона привлекает к себе внимание многих учёных и в наши дни.

Из сказанного следует, что русские лингвистические исследования в большей степени ориентированы на внутреннюю мудрость

субъекта – парадигму, объединяющую два полюса естественных и гуманитарных наук. Эта дуалистическая парадигма мышления не только подтолкнула русскую лингвистику XX века к изучению взаимосвязи мозга человека и языка, но и привела к развитию нейролингвистики в направлении субъектно-объектной интеграции. Такая исследовательская парадигма – это не просто изменение методологии лингвистики и литературоведения, а фундаментальный переход от анализа текстовых форм к исследованию способов мышления. Поэтому российским учёным, таким как Р.О. Якобсон, легче нарушать правила и применять гуманитаристические методы исследования к естественно-научным дисциплинам, преодолевая противоречие между гуманитарными и естественными науками в эмпирических исследованиях западной школы.

При изучении метафоры и метонимии большинство учёных анализируют их в аспекте взаимных противопоставленных отношений, фактически Р.О. Якобсон применяет их к интерпретации различных стилей художественного творчества. С точки зрения художественного выражения, метафора или метонимия будет доминировать при различных культурных контекстах и языковых стилях. Метафора доминирует в романтическом и символистском жанрах, а метонимия – в реалистическом. Р.О. Якобсон также применяет их для анализа неязыкового искусства, такого, как искусство живописи, кино и телевидения. При исследовании Р.О. Якобсон не ставит метафору и метонимию в оппозиции, а скорее проводит различие между ними, одновременно выявляя при этом их взаимную интеграцию. Метафорический метод в искусстве романтизма, сюрреализма и монтажа формально является ассоциацией, опирающейся на сходство между элементами, а метонимический метод в искусстве реализма и кубизма формально является комбинацией, опирающейся на смежность между элементами. И метафора, и метонимия ориентированы на связь между элементами, даже на взаимное проникновение и интеграцию.

Действительно, метафора – это процесс гуманистического мышления, в большей

степени опирающегося на воображение, а метонимия – процесс научного мышления, в большей степени опирающегося на логику. Сходство и смежность метафоры и метонимии, в понимании Р.О. Jakobson, позволили ему выделить формальный метод исследования, который представляет собой слияние и преобразование двух различных процессов мышления – гуманистического и научного. Такое слияние вкладывает гуманистические лингвистические теории в научные лингвистические исследования, применяется в нейролингвистических исследованиях российских учёных, например, современные русские учёные анализируют использование метафор в психотерапевтической практике [10].

В своей трактовке поэтической функции Р.О. Jakobson воплощает идею дуалистического слияния метафоры и метонимии, что отражает уникальный тип мышления, позволяющий ему более комплексно подойти к дальнейшему изучению связи между языком и человеческим мозгом.

Идеи Р.О. Jakobson продолжают жить в исследованиях национально-культурной специфики языкового сознания, при изучении разных моделей коммуникации на Западе и Востоке, как отражение специфики сознаний.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Изучение наследия Р.О. Jakobson тесно связано с исследованиями в области литера-

туроведения. Хотя отечественные и зарубежные научные круги относят теорию Р.О. Jakobson к западной парадигме и исследуют её в контексте западной парадигмы, но полученные результаты показывают, что она в научном исследовании имеет типично славянскую философскую парадигму. Поэтому, когда мы изучаем теорию Р.О. Jakobson, нам необходимо учитывать его теорию в славянской контексте.

Исследовательская парадигма Р.О. Jakobson имеет следующие отличительные черты: комплексность и диалогичность, которые охватывают гуманитарные и естественные дисциплины. Р.О. Jakobson не создал определённую лингвистическую теорию, но поставил многие важные вопросы, ответы на которые науке ещё предстоит дать. Сегодня его теоретические достижения представляют большой интерес для когнитивной лингвистики и психолингвистики. Ещё раз подчеркнём, что научная работа Р.О. Jakobson шла по пути науки и искусства. Учёный не только генерировал идеи и тексты, он стремился их транслировать в широком коммуникативном поле. В рамках этой стратегии он презентовал себя как индивидуальный «коммуникатор». В этой роли деятельность Р.О. Jakobson имела огромное значение для поддержания и развития глобального научного пространства как сферы интенсивного международного сотрудничества – своего рода ответа славистического научного сообщества на вызовы времени.

## Список источников

1. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. СПб.: Symposium, 2006. 544 с.
2. Гончаренко В.Н. Развитие некоторых научных взглядов Р.О. Jakobson в контексте работ У. Эко // Символ науки: международный научный журнал. 2016. № 2-3 (14). С. 59-63. <https://elibrary.ru/xwjgyf>
3. Волошина О.А. Роман Jakobson «в поисках сущности языка» (к 120-летию со дня рождения) // Русский язык в школе. 2016. № 10. С. 63-69. <https://elibrary.ru/xwwmlt>
4. Jakobson R. Linguistics in relation to Other Sciences // On Language / L. Waugh, M. Monville-Burstons eds. Cambridge: Harvard University Press, 1990. P. 45-488.
5. Чжан Х. Стереотипное представление о добром человеке русском языковом сознании // Когнитивные исследования языка. 2023. № 3-2 (54). С. 248-252. <https://elibrary.ru/rifpuw>
6. Jakobson R.O. Language and the unconscious. M.: Gnosis, 1996. 245 p.
7. Фан Ханьцюань. Принцип дихотомии и его применение в литературной критике // Иностранный язык и преподавание иностранных языков. 2002. № 7. С. 37-41. [方汉泉. 二元对立原则及其在文学批评中的运用. 外语与外语教学, 2002 年第7 期 37-41 页]



8. Ван Цзясин, Ван Шэнчжи, Юань Цзяньвэй. Три темы в современной российской теории риторики. Нанкин: Изд-во Нанкинского университета, 2019. 278 с. [王加兴, 王生滋, 袁俭伟. 当代俄罗斯修辞理论三题. 南京: 南京大学出版社, 2019年, 278页]
9. Ваух Линда, Лю Дань. Диалогический характер сочинений Якобсона как диалог между основами языка и основами научной деятельности // Фронт социальных наук. 2020. № 3. С. 158-169. [琳达·沃刘丹. 雅各布森著作的对话性——作为语言基础与科学工作基础之对话. 社会科学战线. 2020年第3期, 158-169页]
10. Нагорная А.В. Использование метафор в психотерапевтической практике // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 6. Языкознание. 2021. № 4. С. 97-120. <https://doi.org/10.31249/ling/2021.04.04>, <https://elibrary.ru/mlavyn>

### References

1. Eko U. *Otsutstvuyushchaya struktura. Vvedenie v semiologiyu* [Missing Structure. Introduction to Semiology], St. Petersburg, Symposium Publ., 2006, 544 p. (In Russ.)
2. Goncharenko V.N. Razvitiye nekotorykh nauchnykh vzglyadov R.O. Yakobsona v kontekste rabot U. Eko [Development of some scientific views of R.O. Jacobson in the context of the works of U. Eko]. *Simvol nauki: mezhdunarodnyi nauchnyi zhurnal = Symbol of Science: International Scientific Journal*, 2016, no. 2-3 (14), pp. 59-63. (In Russ.) <https://elibrary.ru/xwjgyf>
3. Voloshina O.A. Roman Yakobson «v poiskakh sushchnosti yazyka» (k 120-letiyu so dnya rozhdeniya) [Roman Yakobson “in search of the essence of language” (on the 120th anniversary of his birth)]. *Russkii yazyk v shkole = Russian Language at School*, 2016, no. 10, pp. 63-69. (In Russ.) <https://elibrary.ru/xwwmlt>
4. Jakobson R. Linguistics in relation to Other Sciences. In: Waugh L., Monville-Burstion M. (eds.). *On Language*. Cambridge, Harvard University Press, 1990, pp. 45-488.
5. Chzhan Kh. A stereotypical view of a kind person in Russian linguistic consciousness. *Kognitivnye issledovaniya yazyka = Cognitive Studies of Language*, 2023, no. 3-2 (54), pp. 248-252. (In Russ.) <https://elibrary.ru/rifpuw>
6. Jakobson R.O. *Language and the unconscious*. Moscow, Gnosis Publ., 1996, 245 p.
7. Fan Hanquan. The principle of dichotomy and its application in literary criticism. *Foreign Language and Foreign Language Teaching*, 2002, no. 7, pp. 37-41.
8. Wang Jiaying, Wang Shengzhi, Yuan Jianwei. *Three Themes in Modern Russian Theory of Rhetoric*. Nankin, Nanjing Normal University Publ., 2019, 278 p.
9. Vauch Linda, Liu Dan. The dialogical nature of Jakobson’s work as a dialogue between the foundations of language and the foundations of scientific activity. *Social Science Front*, 2020, no. 3, pp. 158-169.
10. Nagornaya A.V. The using of metaphors in psychotherapeutic practice. *Sotsial’nye i gumanitarnye nauki. Otechestvennaya i zarubezhnaya literatura. Seriya 6. Yazykoznanie = Social Sciences and Humanities. Domestic and Foreign Literature. Series 6: Linguistics*, 2021, no. 4, pp. 97-120. (In Russ.) <https://doi.org/10.31249/ling/2021.04.04>, <https://elibrary.ru/mlavyn>

### Информация об авторах

Е Линь, кандидат филологических наук, преподаватель кафедры русского языка и литературы, Нанкинский педагогический университет, г. Нанкин, Китайская Народная Республика, <https://orcid.org/0000-0002-5973-3925>, [y109034@aliyun.com](mailto:y109034@aliyun.com)

Вклад в статью: концепция исследования, сбор теоретического материала, написание части текста статьи.

### Information about the authors

Lin Ye, PhD (Philology), Lecturer of Russian Language and Literature Department, Nanjing Normal University, Nanjing, People’s Republic of China, <https://orcid.org/0000-0002-5973-3925>, [y109034@aliyun.com](mailto:y109034@aliyun.com)

Contribution: study conception, theoretical material collection, part of manuscript text drafting.



**Лю Итун**, аспирант, кафедра зарубежной лингвистики и прикладной лингвистики, Нанкинский педагогический университет, г. Нанкин, Китайская Народная Республика, <https://orcid.org/0009-0008-3647-2292>, [18845796548@163.com](mailto:18845796548@163.com)

**Вклад в статью:** написание части текста статьи, редактирование текста.

Конфликт интересов отсутствует.

**Для контактов:**

Лю Итун

E-mail: [18845796548@163.com](mailto:18845796548@163.com)

Поступила в редакцию 21.06.2023

Поступила после рецензирования 28.09.2023

Принята к публикации 12.10.2023

**Yitong Liu**, Post-Graduate Student, Department of Foreign Linguistics and Applied Linguistics, Nanjing Normal University, Nanjing, People's Republic of China, <https://orcid.org/0009-0008-3647-2292>, [18845796548@163.com](mailto:18845796548@163.com)

**Contribution:** part of manuscript text drafting, text editing.

There is no conflict of interests.

**Corresponding author:**

Liu Yitong

E-mail: [18845796548@163.com](mailto:18845796548@163.com)

Received June 21, 2023

Revised September 28, 2023

Accepted October 12, 2023

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ / ORIGINAL ARTICLE

УДК / UDC 130.2

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-1026-1034>

Шифр научной специальности 5.10.1

## Миссия и видение современных университетов: сравнительный анализ на примере Китайского университета Гонконга и Токийского университета

Ирина Николаевна СЕРТАКОВА 

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина»

392000, Российская Федерация, г. Тамбов, ул. Интернациональная, 33

✉ [irinasertakova@yandex.ru](mailto:irinasertakova@yandex.ru)

**Аннотация.** Университеты как динамично развивающиеся системы подвержены постоянным изменениям. Политические, экономические, социальные, духовные явления и процессы оказывают влияние на сферу высшего образования. В современном обществе роль университета осознаётся как миссия, что предполагает его особое предназначение. В формулировке миссии в краткой и чёткой форме отражена концепция существования и развития университета. Выделены структурные элементы миссии, отмечена её тесная связь с ценностями государственной и общественной жизни. Основная идея миссии часто выражена в девизе университета. Всесторонне пути и способы осуществления миссии освещаются в программных документах университета. Важными документами являются этические кодексы, регулирующие духовную сторону жизни университетского сообщества. Рассмотрено видение своей миссии Китайским университетом Гонконга и Токийским университетом. На основе изучения сайтов обоих университетов осуществлён сравнительный анализ. Выявлены как общие характерные черты миссий, так и их отличия.

**Ключевые слова:** университет, миссия, ценность, культура, этика, сравнительный анализ

**Для цитирования:** Сертакова И.Н. Миссия и видение современных университетов: сравнительный анализ на примере Китайского университета Гонконга и Токийского университета // Неофилология. 2023. Т. 9. № 4. С. 1026-1034. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-1026-1034>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



## Mission and vision of modern universities: comparative analysis on the example of the Chinese University of Hong Kong and the University of Tokyo

Irina N. SERTAKOVA 

Derzhavin Tambov State University  
33 Internationalnaya St., Tambov, 392000, Russian Federation  
✉ [irinasertakova@yandex.ru](mailto:irinasertakova@yandex.ru)

**Abstract.** Universities, as dynamically developing systems, are subject to constant change. Political, economic, social, spiritual phenomena and processes influence the field of higher education. In modern society, the role of the university is perceived as a mission, which implies its special purpose. The mission statement briefly and clearly reflects the concept of the existence and development of the university. The structural elements of the mission are highlighted, its close connection with the values of state and public life is noted. The main idea of the mission is often expressed in the university motto. The ways and means of implementing the mission are comprehensively covered in the university's program documents. Important documents are ethical codes that regulate the spiritual side of the life of the university community. The vision of its mission by the Chinese University of Hong Kong and the University of Tokyo is considered. Based on the study of both universities websites, a comparative analysis is carried out. Both common characteristic features of missions and their differences are revealed.

**Keywords:** university, mission, value, culture, ethics, comparative analysis

**For citation:** Sertakova, I.N. Mission and vision of modern universities: comparative analysis on the example of the Chinese University of Hong Kong and the University of Tokyo. *Neofilologiya = Neophilology*, 2023;9(4):1026-1034. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-1026-1034>



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



### ВВЕДЕНИЕ

Университеты со времени их появления и по сей день представляют собой культурный феномен, включающий в себя весь спектр проявлений духовной и общественной жизни человека. Их значение традиционно понимается так, что они, во-первых, репрезентируют систему высшего образования, обучают студентов согласно существующим государственным образовательным стандартам, отражающим основные потребности общества в профессионалах, с использованием педагогических методов и информационных технологий. Во-вторых, важнейшая роль университетов, традиционно отличающая их от других типов образовательных организа-

ций, представлена научной работой как неотъемлемой составляющей деятельности. В современном обществе значение университетов по-прежнему оценивается высоко, а понятие роли трансформировалось в миссию, что по определению означает не просто работу в определённой сфере деятельности, а высокое предназначение, более глубокие смыслы, ориентацию на человека и общество, направленность в будущее, совершенствование и улучшение.

Деятельность университета как миссия стала объектом множества современных исследований. Она рассматривается в феноменологическом и функциональном ключе [1–7], обозначаются основные подходы к формированию миссии [8; 9], этические аспекты [10;

11]. В содержании ценностных основ работы внутри самих университетов также произошли изменения, по сравнению с исторически сложившимися принципами их деятельности, что связано с вводом в оборот и принятием в качестве руководства к действию понятия «корпоративная культура». Современный университет представляет собой сложную систему взаимодействия элементов, отражающих её ключевые аспекты и характеристики: экзистенциальные, познавательные, культурные, этические.

Миссия достаточно чётко обозначена в концепциях развития многих университетов и, как правило, размещена на главных страницах сайтов, содержащих информацию об организации. В тексте миссии отражены главная цель и направления развития университета, основные ценности университетского сообщества, декларируется соответствие современным ценностям и устремлённость в будущее. При этом контекстом могут служить традиции и те культурно-философские системы, на базе которых исторически складывалась жизнь общества. В этой связи исследование векторов движения университетских сообществ посредством изучения их миссий (к новаторству или традиции) и роли в этом процессе духовных, культурно-философских систем представляется достаточно актуальным.

Целью исследования является изучение текстов миссий университетов и сопутствующих текстов и документов для определения ценностных основ образовательной организации и направленности развития с использованием компаративного метода. В качестве объектов рассмотрения и сравнения были выбраны два азиатских университета: Китайский университет Гонконга и Токийский университет.

## РЕЗУЛЬТАТЫ

Современные университеты постоянно реформируются и трансформируются. На глобальном уровне причинами этого служат общемировые политические, экономические, социальные, духовные явления и процессы. В рамках отдельно взятой страны и культуры мы также наблюдаем динамику изменений

университетов. Кроме того, с нарастающей скоростью претерпевают изменения сами подходы к осмысливанию причин трансформаций. Особенно спорным сейчас выглядит подход к рассмотрению глобализации как основы и условия всех трансформаций современности, в том числе системы высшего образования. Такой подход предполагает «формирование единого мирового образовательного процесса с общими стандартами», «идею виртуального университета, который способен заместить традиционные университеты», «сообщество, объединившее интеллектуальные ресурсы различных стран». «Как следствие, роль университета, заключающаяся в воспроизводстве национального субъекта, при таком подходе утрачивается» [6, с. 53]. Тем не менее в ряде государств в настоящее время, напротив, набирает силу тенденция на воспроизводство субъекта национальной образовательной культуры с опорой на собственные ценности и идентичность.

Другими причинами перманентной трансформации университетов называют обладающий таким же постоянством поиск баланса между формированием всесторонне развитой личности и специалиста узкой профессиональной сферы. Сама концепция высшей школы предполагает первое, а условия рыночной экономики – второе.

Актуальной остаётся проблема взаимоотношений между обучающимися и университетом. В данной проблеме можно выделить два уровня её существования и осмысления: духовно-аксиологический и формально-нормативный. Первый уровень имеет менее чёткие границы и включает в себя весь ряд ценностей, имеющих значение как для университета, так и для обучающихся. На совпадении или несовпадении ценностей основаны взаимоотношения. Как правило, мы видим, что в миссиях университетов заложены общечеловеческие, всем понятные ценности, указывающие на приоритет гуманности, свободы, значения образования, равенства. В зависимости от культуры добавляется приоритет успешности и лидерства либо делается упор на традиции и идентичность, или во главу угла ставится принадлежность к университетскому сообществу, осознание себя

его важной частью. Нередко данные ценности органично сосуществуют в миссии университета. Тем не менее на практике декларирование высоких ценностей не всегда совпадает с восприятием реальности учащимся. Университеты, которые регулярно проводят мониторинг собственной деятельности, часто сталкиваются с критикой студентов по некоторым вопросам. Например, в отечественном высшем образовании актуальна проблема формирования практических навыков, которые выпускник, устроившись на работу, мог бы реализовать. Эта проблема полностью вписывается в систему отношений производитель-потребитель. Потребитель имеет право требовать качественный продукт. Производитель, в данном случае университет, должен его обеспечить. Тем более, если выбору абитуриентом учебного заведения предшествовала успешная PR-кампания университета, в результате которой и было выбрано и оплачено обучение в данном учебном заведении. Несовпадение ожиданий и реальности ведёт к скрытому или явному конфликту и затрагивает экономические стороны отношений. Несоблюдение участниками отношений норм в духовно-нравственной сфере, этике так же может привести к серьёзным конфликтам.

На профилактику конфликтных ситуаций, создание документов и структур по их разрешению направлен нормативный аспект деятельности университета. Правила обучения и поведения закреплены в уставах университета, этических кодексах и других документах.

Этические кодексы имеют большое значение и свою специфику, отличие от других видов университетских документов. Зачастую особенность этического кодекса заключается в его рекомендательном характере. Он устанавливается самим университетом, могут варьироваться санкции за пренебрежение его правилами. Сам этический кодекс как документ не имеет давней истории, его появление как необходимости в современных организациях связывают с усложнением структуры, увеличением числа сотрудников, появлением более свободных нравов современной культуры. Таким образом, установление моральных границ поведения стало насущной необходимостью. В университетах эти-

ческий кодекс регулирует отношения между различными субъектами его деятельности: руководством и сотрудниками, преподавателями и студентами, между сотрудниками и т. д. Основные пункты этического кодекса, как правило, затрагивают все важные стороны деятельности университета: обучение, науку, воспитание, социальные вопросы.

В качестве основных целей этического кодекса университета обозначают:

- менеджеральную (кодексы как ещё один механизм управления внутренними процессами университета, инструмент разрешения внутренних конфликтов и т. д.);
- ценностно-нормативную (кодексы как ориентир для поведения сотрудников и студентов, способ донесения, формирования и обновления целей, ценностей и миссии университета);
- сигнальную (формирование имиджа университета, налаживание взаимодействия с внешней средой) (цит. по: [11, с. 89]).

В целом, этический кодекс, посредством регуляции духовно-нравственной сферы, призван улучшить и другие элементы деятельности университета, напрямую влияет на имидж организации и сотрудников. Например, публикационная этика не допускает неправомерных заимствований чужого интеллектуального труда, плагиата. Аксиологически данная норма восходит к запрету на присвоение чужого вообще, закреплённому как в праве, так и морали. Этический кодекс является одним из документов, который в более подробной текстовой форме подкрепляет заявленные в миссии университета ценности.

В работе представлены результаты анализа сайтов двух крупных университетов, содержащих указание на миссию университета, этические кодексы или иные тексты, регулирующие духовно-нравственную и интеллектуальную деятельность. Критериями выбора стали: географический (Азия) и цивилизационный (Китай и Япония), а также наличие в культуре страны традиционных культурно-философских систем, способных повлиять на современную миссию университетов. Движение в сторону пересмотра традиционных ценностей, смещение в пользу современных моделей глобального мира либо ориентация



на традицию отражены в миссиях и видении университетов.

Одним из примеров ориентации на традицию является миссия Китайского университета Гонконга, которая определена следующим образом: «Помогать в сохранении, создании, применении и распространении знаний путём преподавания, исследований и государственной службы по широкому кругу дисциплин, тем самым удовлетворяя потребности и повышая благосостояние граждан Гонконга, Китая в целом и более широкого мирового сообщества»<sup>1</sup>. Видение перспектив университета связывается с признанием на различных уровнях (от местного до международного) как исследовательского университета высокого класса. Уделено внимание мультикультурным аспектам обучения студентов. В целом отмечается приверженность соответствию стандартам. Девиз университета – «Через обучение и воздержание к добродетели». На странице сайта университета к девизу дан комментарий, который наполняет миссию философским содержанием. В качестве девиза взяты идеи Конфуция, которые долгое время считались главной заповедью его учения. Слова Конфуция: «Выдающийся человек, тщательно изучающий все науки и держащий себя в рамках правил приличия, таким образом, также не может переступить границы дозволенного»<sup>2</sup>. Выбирая такой девиз, университет уделяет равное внимание интеллектуальным и моральным аспектам образования.

На сайте представлена эмблема университета и дано пояснение к ней. На эмблеме мифическая китайская птица *фэн*, которая со времён династии Хань считалась птицей Юга. Это символ благородства, красоты, верности и величия. Цвета университета – фиолетовый и золотой, символизируют преданность и верность, а также настойчивость и решимость соответственно.

Таким образом, Китайский университет Гонконга в качестве миссии заявляет стремление к соблюдению конфуцианской тради-

ции достижения совершенства через гармонию интеллектуального и нравственного начал, реализуемых через идею и практику служения стране, людям, миру. Важное место отводится науке как средству прихода к благосостоянию и удовлетворения потребностей. Упоминание, наряду с обучением и занятием научной деятельностью, государственной службы согласуется с идеями конфуцианства. Характерное для традиционной китайской культуры приращение значения символике цвета и образов отражено в эмблеме университета.

Также с традицией хорошо согласуется эстетическое восприятие природы, а на следование современным тенденциям указывает экологическая повестка. Университет позиционирует себя как социально ответственное учреждение и, выполняя свою образовательную миссию, стремится быть лидером в области исследований, преподавания и институциональной практики экологической устойчивости, что отражено в обязательстве, данном университетом по сокращению потребления энергии и выбросов парниковых газов для борьбы с изменением климата. Университет стремится снизить воздействие на окружающую среду, внедряя устойчивое развитие во все аспекты жизни и функционирования. Большое внимание уделяется сохранению экологии кампуса и окружающей среды. На странице, посвящённой кампусу, отмечается, что просторный кампус площадью 138,4 га является домом не только для его студентов и сотрудников, но и для множества деревьев, цветов, кустарников, бабочек, птиц и других живых существ, включая редкие и ценные виды. Члены университетского сообщества бережно относятся к этому природному богатству. Университет имеет чёткие принципы и политику по привлечению и культивированию отношения к экологически чистой жизни для всех членов сообщества. Жизнь в гармонии с окружающей средой – одна из главных тем в образовании<sup>3</sup>.

Примером ориентации на новшества, поворота к глобальным или, скорее, запад-

<sup>1</sup> Mission & Vision, Motto & Emblem // The Chinese University of Hong Kong. URL: <https://www.cuhk.edu.hk/english/aboutus/mission.html> (accessed: 12.05.2023).

<sup>2</sup> Ibid.

<sup>3</sup> Sustainable Campus // The Chinese University of Hong Kong. URL: <https://www.cuhk.edu.hk/english/campus/environmental-protection.html> (accessed: 12.05.2023).

ным ценностям может служить Токийский университет.

Миссия Токийского университета провозглашает: «Университет стремится стать платформой мирового класса для исследований и образования, способствующей распространению человеческих знаний в партнёрстве с другими ведущими мировыми университетами. Токийский университет стремится воспитать глобальных лидеров с сильным чувством общественной ответственности и духом первопроходца, обладающих как глубиной специализацией, так и обширными знаниями. Токийский университет стремится расширять границы человеческих знаний в партнёрстве с обществом»<sup>4</sup>.

Таким образом, декларируется направленность вовне, приверженность ценностям глобализма. Упор сделан не просто на лидерские качества отдельных обучающихся и выпускников, а на глобальное лидерство. В целом психология лидерства, технологии глобального лидерства исторически и ментально характерны для системы ценностей западных культур. Подробная информация о том, как Университет выполняет провозглашённую миссию, содержится в Уставе Токийского университета<sup>5</sup>. Ссылка на Устав размещена на сайте университета в разделе «Миссия и видение».

Представляет интерес декларация, разработанная представителями Токийского университета с 2021 г., посвящённая теме разнообразия и инклюзивности (The University of Tokyo Statement on Diversity & Inclusion)<sup>6</sup>. В ней содержится набор принципов, целей и конкретных действий, которыми университет будет руководствоваться в ближайшие десятилетия. В основу концепции положена тема диалога, а слоган звучит следующим образом: «В море разнообразия: создание будущего посредством диалога».

Авторы документа отмечают, что «Причиной обращения к данной теме явилось осознание того, насколько важно для университета поощрять разнообразие и инклюзивность с целью достижения академического совершенства, создания инновационных знаний и развития человеческих ресурсов, способных действовать глобально. В последние годы само понятие разнообразия расширилось и включает гендерное и сексуальное разнообразие (включая сексуальную ориентацию и гендерную идентичность) и разнообразие образа жизни, что отражает расширение круга ценностей. В знак признания этих изменений декларация призвана разъяснить, что университет предоставляет возможности для равного и справедливого участия в своей деятельности»<sup>7</sup>.

Данная выдержка из документа иллюстрирует трансформацию традиционных ценностей японского общества, а именно то, как понимают этот процесс люди с высшим образованием, академические круги, сообщество столичного университета. Предисловие к документу отчасти повторяет миссию университета: здесь так же использована фраза «действовать глобально». Есть отсылка к традиционным ценностным основам образа жизни в прошлом, которые претерпевают изменения; как факт отмечено расширение самого понятия «разнообразие» в современном мире.

Исследуя историю вопроса, авторы декларации обращаются к Хартии Токийского университета, принятой в 2003 г., где в предисловии также акцентировано внимание на важности разнообразия и гарантируются равные возможности для всех членов университетского сообщества. Базовые положения включают в себя такие принципы и действия, как: поддержка и уважение к основным правам человека, приверженность устранению дискриминации и ограничений, предоставление справедливой образовательной, исследовательской и рабочей среды. В то же время отмечается, что за прошедшие два десятилетия общество претерпело значительные изменения. За это время сама концепция разнообразия расширилась. Авторы

<sup>4</sup> The University of Tokyo's Mission // The University of Tokyo. URL: <https://www.u-tokyo.ac.jp/en/about/mission.html> (accessed: 12.05.2023).

<sup>5</sup> The University of Tokyo Charter // The University of Tokyo. URL: <https://www.u-tokyo.ac.jp/en/about/charter.html> (accessed: 12.05.2023).

<sup>6</sup> The University of Tokyo Statement on Diversity & Inclusion // The University of Tokyo. URL: <https://www.u-tokyo.ac.jp/en/about/di01.html> (accessed: 12.05.2023).

<sup>7</sup> Ibid.

документа видят расширение концепции в вопросах гендера и образа жизни. В этой связи меняются и задачи университета, а именно – отражать разнообразие и расширение ценностей. Как результат внедрения обновлённой концепции, видится достижение академических успехов, создание знаний и инноваций, развитие человеческих ресурсов, которые способны действовать не только на локальном уровне, но и во всем мире. Таким образом, тремя ценностями – основаниями концепции продвижения университета на пути разнообразия являются: гендерное равенство, доступность, интернационализация.

Актуальность введения изменений авторами обосновывается в том ключе, что, несмотря на предшествующие инициативы и документы (Декларация о предотвращении сексуальных домогательств (2000), Декларация о гендерном равенстве (2003), Декларация о предотвращении академических преследований (2006) и др.), современность требует новых решений. В качестве всё ещё не решённых проблем осознаются гендерное неравенство среди студентов, преподавателей и административного персонала; недостаточное уважение к различиям; проблема жилой среды для разнообразных культурных слоёв членов сообщества. Цель – создание такой структуры, где все члены уважаются. Авторы декларации признают, что Токийский университет ещё не в полной мере достиг данной цели, необходимы большие усилия для объединения людей всех идентичностей, происхождения и талантов, не опасаясь дискриминации или предвзятости.

Далее вводится основная терминология, где равное по важности значение придаётся понятиям «разнообразие» и «включение». Разнообразие – это универсальная ценность общества, где каждый может быть тем, кем он хочет быть, и жить подлинной жизнью. Разнообразие является принципом уважения других безоговорочно и коренится в основных правах человека. Включение гарантирует возможность участвовать в деятельности университета. Такой подход позволяет всем участникам чувствовать свою ценность для сообщества. Также в данном пункте отмечена ценность справедливости, то есть призна-

ние важности отсутствия дискриминации по национальности, полу, возрасту, языку, религии, политическим взглядам, происхождению, собственности, семейному положению.

Перечисляя личностные и социальные атрибуты человека, в отношении которых недопустима дискриминация, авторы особое внимание уделяют семье и проблемности сохранения в ней традиционных концепций брака, семьи и домохозяйства. Задача состояла в том, чтобы подвести эти концепции под современность. Традиционная японская семья рассматривается как источник дискриминации. Современный подход к семье предполагает равные отношения между партнёрами, а семейные отношения включают весь спектр разнообразных семейных договорённостей, не связанных с традиционными понятиями семьи. Тем самым, как отмечают создатели документа, был учтён социальный контекст и существующие обстоятельства.

Отход от традиции так же чётко прослеживается в принятии концепции разнообразия пола и сексуальности. В сравнении с декларациями прошлых лет было добавлено достаточно общее понятие «образ жизни» с целью отразить диверсификацию ценностей и растущее разнообразие вариантов.

Таким образом, анализ миссии и ценностей Токийского университета указывает на тенденцию отхода от принципов существования традиционного японского общества к концепциям и образам глобального образования и этики. Этические нормы, принятые в университете и закреплённые в этическом кодексе, во многом соответствуют стандартам западных университетов. Например, отношение к харрасменту. В университетах, ориентированных на традицию, такое явление зачастую не упоминается. В структуре Токийского университета существуют отдельный комитет для рассмотрения вопросов домогательств, консультационный центр, зафиксированы правила, регулирующие поведение сотрудников и студентов.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Декларируемые университетами миссии, обычно выраженные в лаконичной форме, в

содержательном плане представляют собой целостные культурно-философские системы университетского сообщества. Сравнительный анализ текстов миссий двух университетов позволяет сделать вывод о наличии в их структуре как общих позиций, так и различий. К общим структурным элементам можно отнести формулирование цели, некоего идеала, то, к чему университет стремится и желает достичь в обозримом будущем. Второй важный элемент – это средства достижения цели. Обе миссии и сопутствующие тексты в качестве средств провозглашают гармоничное развитие как интеллектуальной, так и нравственной сферы, используют слова

и фразы, указывающие на универсальные ценности, такие как: помогать, сохранять, повышать уровень, удовлетворять, сообщество, партнёрство, включённость, знания, ответственность, мир и др. Общими также являются ключевые сферы, на развитие которых направлена деятельность. Это развитие и совершенствование образования, науки, социальная сфера, экология.

Отличия прослеживаются в упоминании в миссии, девизе, видении национальных традиционных ценностей, ориентации на внешне заданные глобальные модели или поиск сочетания новаторства и традиционности.

#### Список источников

1. Зиневиц О.В., Балмасова Т.А. Миссия университета в гуманитарном измерении: постановка проблемы // Идеи и идеалы. 2021. Т. 13. № 3-1. С. 116-132. <https://doi.org/10.17212/2075-0862-2021-13.3.1-116-132>, <https://elibrary.ru/dsbqik>
2. Прохоров А.В. Миссия как интегратор ценностей университета // Альманах теоретических и прикладных исследований рекламы. 2015. № 1 (9). С. 67-76. <https://elibrary.ru/uuzbwv>
3. Романова Е.А. Воспитательная миссия университета // Мир университетской науки: культура, образование. 2020. № 9. С. 62-67. <https://doi.org/10.18522/2658-6983-2020-09-62-67>, <https://elibrary.ru/ttvvwp>
4. Данилов А.Н. Современное университетское образование и новое восприятие мира // Политическая экспертиза: Политэкс. 2022. Т. 18. № 3. С. 321-330. <https://doi.org/10.21638/spbu23.2022.306>, <https://elibrary.ru/dfhygb>
5. Левина Е.Ю., Стукалова О.В., Прокофьева Е.Н. Культуросообразность как целевой ориентир развития высшего педагогического образования // Казанский педагогический журнал. 2022. № 3 (152). С. 8-18. <https://doi.org/10.51379/KPJ.2022.153.3.001>, <https://elibrary.ru/gztaks>
6. Павлова Н.Б. О роли университета в современном обществе // Общество: философия, история, культура. 2020. № 6 (74). С. 53-56. <https://doi.org/10.24158/fik.2020.6.9>, <https://elibrary.ru/hfxefu>
7. Святков С.А., Скиба М.А., Радько Н.М., Таменова С.С. Особенности стратегического планирования в зарубежных университетах // Вестник КАЗЭУ. 2015. № 4 (105). С. 148-159. <https://elibrary.ru/njhygt>
8. Меньшикова Е.А., Коуров В.Ф. Подходы к формированию миссии и ценностей российских университетов при разработке программ развития // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2023. № 5. С. 261-264. <https://doi.org/10.23672/SAE.2023.38.49.022>, <https://elibrary.ru/lhbaje>
9. Сорокин С.Э. Либеральный и утилитарный подходы в эволюции представлений о миссии университетов // Вестник Северного (арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2020. № 3. С. 91-99. <https://doi.org/10.37482/2227-6564-V023>, <https://elibrary.ru/vhebgz>
10. Рогожа М.М. Динамика университетских ценностей // Ведомости прикладной этики. 2015. № 46. С. 105-119. <https://elibrary.ru/unrzmr>
11. Дремова О.В., Бекова С.К. Этические кодексы в университетах: что и как они регулируют? // Образовательная политика. 2021. № 1 (85). С. 88-99. <https://doi.org/10.22394/2078-838X-2021-1-88-98>, <https://elibrary.ru/zbfzng>

#### References

1. Zinevich O.V., Balmasova T.A. The university mission in the humanitarian dimension: stating the problem. *Idei i ideally = Ideas and Ideals*, 2021, vol. 13, no. 3-1, pp. 116-132. (In Russ.) <https://doi.org/10.17212/2075-0862-2021-13.3.1-116-132>, <https://elibrary.ru/dsbqik>



2. Prokhorov A.V. Missiya kak integrator tsennostei universiteta [Mission as an integrator of university values]. *Al'manakh teoreticheskikh i prikladnykh issledovaniy reklamy* [Almanac of Theoretical and Applied Advertising Research], 2015, no. 1 (9), pp. 67-76. (In Russ.) <https://elibrary.ru/uuzbwv>
3. Romanova E.A. Educational mission of the university. *Mir universitetskoi nauki: kul'tura, obrazovanie = The World of Academia: Culture, Education*, 2020, no. 9, pp. 62-67. (In Russ.) <https://doi.org/10.18522/2658-6983-2020-09-62-67>, <https://elibrary.ru/ttvvwp>
4. Danilov A.N. Modern university education and a new perception of the world. *Politicheskaya ekspertiza: Politeks = Political Expertise: POLITEX*, 2022, vol. 18, no. 3, pp. 321-330. (In Russ.) <https://doi.org/10.21638/spbu23.2022.306>, <https://elibrary.ru/dfhygb>
5. Levina E.Yu., Stukalova O.V., Prokof'eva E.N. Cultural conformity as a target for the development of higher pedagogical education. *Kazanskii pedagogicheskii zhurnal = Kazan Pedagogical Journal*, 2022, no. 3 (152), pp. 8-18. (In Russ.) <https://doi.org/10.51379/KPJ.2022.153.3.001>, <https://elibrary.ru/gztaks>
6. Pavlova N.B. The role of universities in modern society. *Obshchestvo: filosofiya, istoriya, kul'tura = Society: Philosophy, History, Culture*, 2020, no. 6 (74), pp. 53-56. (In Russ.) <https://doi.org/10.24158/fik.2020.6.9>, <https://elibrary.ru/hfxefu>
7. Svyatov S.A., Skiba M.A., Rad'ko N.M., Tamenova S.S. Features of strategic planning of universities in foreign universities. *Vestnik KAZEU = Bulletin of KAZEU*, 2015, no. 4 (105), pp. 148-159. (In Russ.) <https://elibrary.ru/njhygt>
8. Men'shikova E.A., Kourov V.F. Approaches to the formation of the mission and values of Russian universities in the development of development programs. *Gumanitarnye, sotsial'no-ekonomicheskie i obshchestvennye nauki = Humanities, Social-Economic and Social Sciences*, 2023, no. 5, pp. 261-264. (In Russ.) <https://doi.org/10.23672/SAE.2023.38.49.022>, <https://elibrary.ru/lhbaje>
9. Sorokin S.E. Liberal and utilitarian approaches in the evolution of ideas about the mission of universities. *Vestnik Severnogo (arkticheskogo) federal'nogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye i sotsial'nye nauki = Vestnik of Northern (Arctic) Federal University. Series: Humanitarian and Social Sciences*, 2020, no. 3, pp. 91-99. (In Russ.) <https://doi.org/10.37482/2227-6564-V023>, <https://elibrary.ru/vhebgz>
10. Rogozha M.M. University Values Dynamics. *Vedomosti prikladnoi etiki = Semestrial Papers of Applied Ethics*, 2015, no. 46, pp. 105-119. (In Russ.) <https://elibrary.ru/unrzmr>
11. Dremova O.V., Bekova S.K. University codes of ethics: what do they regulate and how? *Obrazovatel'naya politika = Educational Policy*, 2021, no. 1 (85), pp. 88-99. (In Russ.) <https://doi.org/10.22394/2078-838X-2021-1-88-98>, <https://elibrary.ru/zbzfzng>

#### Информация об авторе

**Сертакова Ирина Николаевна**, кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры истории и философии, Тамбовский государственный университет им. Г.П. Державина, г. Тамбов, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0002-9812-855X>, [irinasertakova@yandex.ru](mailto:irinasertakova@yandex.ru)

**Вклад в статью:** концепция, сбор данных, анализ литературы, написание текста статьи.

Поступила в редакцию 29.06.2023  
Поступила после рецензирования 06.10.2023  
Принята к публикации 12.10.2023

#### Information about the author

**Irina N. Sertakova**, PhD (Philosophy), Associate Professor, Associate Professor of History and Philosophy Department, Derzhavin Tambov State University, Tambov, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0002-9812-855X>, [irinasertakova@yandex.ru](mailto:irinasertakova@yandex.ru)

**Contribution:** conception, data acquisition, literature analysis, manuscript text drafting.

Received June 29, 2023  
Revised October 6, 2023  
Accepted October 12, 2023



## ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ СТАТЕЙ ARTICLES FORMATTING REQUIREMENTS

Цели журнала – оперативная публикация новых оригинальных результатов теоретических и прикладных исследований, показывающих состояние науки в современных областях языкознания, литературоведения, журналистики, медиакоммуникаций и культурологии. Редакцией приветствуются научные обзоры, в которых проводится анализ современных российских и зарубежных публикаций, позволяющий оценить состояние рассматриваемых проблем. Публикуются научные рецензии.

Авторами журнала являются ученые из разных российских научных и образовательных организаций, а также из стран СНГ, ближнего и дальнего зарубежья. Издание рассчитано на научное сообщество, преподавателей высшей школы, докторантов, аспирантов, магистрантов, студентов и всех, кто интересуется русским языком как языком межкультурной коммуникации.

Русский язык при создании журнала был выбран в качестве основного языка журнала. В журнале преобладают статьи на русском языке, поскольку Россия сохраняет и несет перед собой и перед миром ответственность за один из национальных языков, без которого невозможно представить мировую культуру и современную цивилизацию. Читателями журнала являются в основном российские ученые, аспиранты и соискатели, а также аспиранты и соискатели из других стран, обучающиеся в России и мире и проявляющие интерес к русскому языку как языку межкультурной коммуникации.

Периодичность выхода журнала – 4 выпуска в год.

Плата за публикацию с авторов не взимается.

Распространяется по подписке. Подписной индекс 80303 в каталоге ООО «УП Урал-Пресс».

Каждая статья изначально рассматривается редактором на предмет соответствия требованиям журнала к публикуемым мате-

риалам. Редакция оставляет за собой право отклонить материал на любом этапе, в случае несоблюдения требований к оформлению – без рассмотрения.

Редакция в обязательном порядке проводит двухстороннее анонимное («слепое») рецензирование (double blind peer-review) как наиболее отвечающее стандартам публикационной этики. С более подробной информацией о политике журнала в области рецензирования и об издательской этике вы можете познакомиться на сайте журнала <http://journals.tsutmb.ru/neophilology.html>.

### Правила оформления

#### Текст статьи

В верхнем левом углу листа проставляется код **УДК**, который должен достаточно подробно отражать тематику статьи.

Необходимо указать **научную специальность по новой номенклатуре**.

Далее по центру жирным шрифтом печатается **Название статьи** (прописная буква только первая), оно должно быть точным и кратким (не более 107 знаков с пробелами), с учетом того, что триада: название, ключевые слова, аннотация представляют собой единую структуру, термины в которой не должны дублировать друг друга.

Ниже обычным шрифтом – **Имя и Отчество** (сначала! полностью), **ФАМИЛИЯ автора(ов)**.

Строкой ниже – **полное название организации с ее юридическим адресом** на русском и английском языке (данные об аффилировании авторов – author affiliation). В отношении организаций необходимо, чтобы был указан официально принятый английский вариант наименования.

ORCID, E-mail каждого автора.

При отсутствии номера ORCID его необходимо получить, зарегистрировавшись на сайте <https://orcid.org/register> на английском языке.

**Аннотация** (150–200 слов) в соответствии с ГОСТ 7.9-95 «Реферат и аннотация» в обязательном порядке ДОЛЖНА БЫТЬ СТРУКТУРИРОВАНА и включать предмет, актуальность и цель исследования; метод или методологию проведения работы; результаты; область применения результатов работы; выводы (например, Цель исследования... Обосновано..., доказано..., проанализировано..., сформировано... Сделан вывод...).

Затем приводятся **ключевые слова** на русском и английском языке (5–6 ключевых слов или словосочетаний, отражающих тему работы и служащих ключом при поиске соответствующей информации).

**Благодарности и ссылки на номера грантов.** Информация об источниках финансирования, лица, внесшие вклад в выполнение работы, недостаточный для признания авторства (не принимающие на себя ответственность за содержание работы, но оказавшие техническую, финансовую, интеллектуальную помощь), должны быть перечислены (с их письменного согласия) в разделе «Благодарности» (Acknowledgements) после текста статьи.

#### **ОБЯЗАТЕЛЬНАЯ структура научной статьи:**

**введение:** постановка проблемы в общем виде и ее связь с исследованиями в данной области и публикациями с обязательными ссылками в тексте на используемую литературу (также все заимствования в статье должны быть корректно оформлены); формулировка целей исследования;

**материалы и методы:** даются сведения об объекте и методах исследования;

**результаты исследования:** изложение основного материала исследования с обоснованием полученных научных результатов;

**выводы:** научная новизна, теоретическое или практическое значение исследования, а также перспективы дальнейших научных разработок в данном направлении;

**список источников** (обязательно). Ссылки на собственные работы – не более 10 % от общего количества источников; список из 20 и более научных источников в обязательном порядке должен содержать ссылки на современные периодические научные источники, опубликованные за последние 5 лет (не менее 50 %) с указанием DOI и EDN;

список источников и словарей, тексты художественных произведений и иные тексты, являющиеся материалом исследования, ссылки на современные СМИ даются с использованием принятых сокращений (с приведением ссылок на полные URL-адреса), оформляются сносками постранично. Нумерация сносков сквозная по всему тексту статьи.

**References** (пристатейный библиографический список в романском алфавите (латинице) – полное транслитерирование источников и их перевод на английский язык);

**вклад соавторов.** В конце рукописи авторам необходимо указать фактический вклад каждого соавтора в выполненную работу. Порядок указания соавторов согласуется ими самостоятельно. Приводится на русском и английском языке.

В конце статьи должна быть надпись *Статья публикуется впервые. Проверено системой антиплагиат. Уникальность текста ...%* – ставится дата и подпись автора (авторов).

*Редакция журнала*



