

DOI: 10.21209/1996-7853
DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1

ISSN 1996-7853 (Print)
ISSN 2542-0038 (Online)

ГУМАНИТАРНЫЙ ВЕКТОР

Humanitarian Vector

УЧРЕДИТЕЛЬ И ИЗДАТЕЛЬ

ФГБОУ ВО «Забайкальский
государственный университет»

672039, Россия, Забайкальский край,
г. Чита, ул. Александрo-Заводская, 30

АДРЕС РЕДАКЦИИ

672007, Россия, г. Чита,
ул. Бабушкина, 129, каб. 126
Телефон: 8 (3022) 35-24-79
Факс: 8 (3022) 41-64-44

FOUNDER AND PUBLISHER

FSBEI HE
“Transbaikal State University”

30 Aleksandro-Zavodskaya st., Chita,
Transbaikal Territory, Russia, 672039

EDITORIAL OFFICE ADDRESS

Office no. 126, 129 Babushkina st.,
Chita, Russia, 672007
Phone: 8 (3022) 35-24-79
Fax: 8 (3022) 41-64-44

E-mail: zab-nauka@mail.ru

<http://www.zabvektor.com>

Том 17, № 1
2022

Vol. 17, No. 1
2022

Журнал зарегистрирован

Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)

Свидетельство о регистрации

ПИ № ФС 77-71267 от 10.10.2017

Журнал входит в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание учёных степеней доктора и кандидата наук:


- 07.00.02 – Отечественная история (исторические науки);
- 07.00.03 – Всеобщая история (соответствующего периода) (исторические науки);
- 07.00.06 – Археология (исторические науки);
- 07.00.07 – Этнография, этнология и антропология (исторические науки);
- 07.00.09 – Историография, источниковедение и методы исторического исследования (исторические науки);
- 09.00.11 – Социальная философия (философские науки);
- 09.00.13 – Философская антропология, философия культуры (философские науки);
- 10.01.01 – Русская литература (филологические науки);
- 10.01.10 – Журналистика (филологические науки)

Направление номера журнала

Филологические науки

Авторы несут полную ответственность за подбор и изложение фактов, содержащихся в статьях; высказываемые взгляды могут не отражать точку зрения редакции

Языки издания: русский, английский, китайский

Редакция журнала руководствуется положением Гражданского кодекса РФ по авторскому праву, международным стандартом редакционной этики, лицензией Creative Commons "Attribution" («Атрибуция») 4.0 Всемирная 

Подписной индекс журнала

в «Пресса России» **42407**

Редакционная коллегия

Главный редактор

Ерофеева Ирина Викторовна, доктор филологических наук, доцент, Забайкальский государственный университет (Чита, Россия)

Выпускающие редакторы

Куликова Елена Юрьевна, доктор филологических наук, доцент, Институт филологии СО РАН (Новосибирск, Россия);

Сидоров Виктор Александрович, доктор философских наук, профессор, Санкт-Петербургский государственный университет (Санкт-Петербург, Россия);

Ответственный секретарь

Седина Елена Витальевна, кандидат культурологии (Чита, Россия)

Размещение и индексация журнала

Научная электронная библиотека, CrossRef, DOAJ, Index Copernicus, Ulrich's Periodicals Directory, Citefactor, JIFACTOR, Journal Factor, Google Scholar, WordCat, Coционет, Знаниум, БиблиоРоссика, Арбикон, ИВИС, КиберЛенинка, Университетская библиотека онлайн, IPRbooks.

Редакционная политика журнала ориентирована на исследования, в которых рассматриваются ценностные ориентиры современного общества – новые и традиционные, значимые не только для личности и конкретного социума разных регионов, но и для мировой культуры в целом в условиях вызовов и угроз технологической революции, кризиса культур и их ценностных оснований, тотальной цифровизации мирового сообщества. В контенте номера представлено осмысление социокультурных проблем и аксиологических практик в рамках русской и зарубежной филологии, аксиологии медиадискурса, языковой картины мира и поэтики текста.

Материалы журнала будут интересны широкой научной обществу, преподавателям и учащимся, деятелям культуры и образования – всем, кто обеспокоен вопросами гуманизма в его исконном и фундаментальном статусе, проблемой сохранения культурного многообразия общества, интересуется ментальной картиной мира, знаковыми реалиями разных социумов.

© Забайкальский государственный университет, 2022

Редактор О. Ю. Гапченко, редактор перевода В. М. Ерёмина, вёрстка Г. А. Зенковой

Подписано в печать 30.03.2022. Дата выхода в свет 31.03.2022.
Формат 60×84 1/8. Бумага ксерографическая. Гарнитура "Arial".
Способ печати оперативный. Заказ № 22004.

Усл. печ. л. 18,8. Уч.-изд. л. 16,5. Тираж 1000 экз. (1-й з-д 1–100 экз.).
Цена свободная

Отпечатано в ФГБОУ ВО «Забайкальский государственный университет»
672039, Россия, г. Чита, ул. Александровская, 30

The journal is registered

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

Registration certificate

ПИ № ФС 77-71267 of 10.10.2017

The journal

is in the list of the leading refereed scientific journals and editions which publish the main results of dissertations for academic degrees of doctors and candidates of sciences:

- 07.00.02 – National history (historical sciences);
- 07.00.03 – Universal history (of the corresponding period) (historical sciences);
- 07.00.06 – Archeology (historical sciences);
- 07.00.07 – Ethnography, ethnology and anthropology (historical sciences);
- 07.00.09 – Historiography, source study and methods of historical research (historical sciences);
- 09.00.11 – Social philosophy (philosophical sciences);
- 09.00.13 – Philosophical anthropology, philosophy of culture (philosophical sciences);
- 10.01.01 – Russian literature (philological sciences);
- 10.01.10 – Journalism (philological sciences)

Journal Issue direction

Philological Sciences

The authors are fully responsible for the selection and presentation of the facts contained in their articles; the views expressed by them may not necessarily reflect the views of the editorial board

Publication languages:

Russian, English, Chinese

The editorial board is guided by the provisions of the Civil Code of the Russian Federation on Copyright, International Editorial Ethics Standards, Creative Commons license "Attribution"

("Attribution") 4.0 Universal 

Subscription index of the journal in "Press of Russia" **42407**

Editorial Board

Editor-in-chief

Erofeeva, Irina V., Doctor of Philology, Associate Professor, Transbaikal State University (Chita, Russia)

Main Handling Editors

Kulikova, Elena Yu., Doctor of Philology, Institute of Philology, Siberian Branch, Russian Academy of Sciences (Novosibirsk, Russia);

Sidorov, Viktor A., Doctor of Philosophy, Professor, Saint Petersburg State University (Saint Petersburg, Russia)

Executive Secretary of the Editorial Board

Sedina, Elena V., Candidate of Culturology (Chita, Russia)

Journal placement and indexing

E-library, Crossref, DOAJ, Index Copernicus, Ulrich's Periodicals Directory, Citefactor, JIFACTOR, Journal Factor, Google Scholar, WordCat, Socionet, Znanium, BiblioRossica, Arbicon, IVIS, KiberLeninka, University library online, IPRbooks.

The editorial policy of the journal focuses on the studies which examine the values of modern society - new and traditional, significant not only for the individual and specific society of different regions but also for the world culture as a whole in the face of challenges and threats of the technological revolution, crisis of cultures and their value bases, and the total digitalization of the world community. The content of the issue presents an understanding of sociocultural problems and axiological practices within the framework of Russian and foreign philology, media discourse axiology, language picture of the world, and poetics of the text.

Materials will be interesting to the wide scientific community, university lecturers, students, workers in culture and education, everyone who is concerned about humanism in its original and fundamental status, the problem of preserving the cultural diversity of society, and everyone who is interested in the mental picture of the world, sign realities of different societies.

© Transbaikal State University, 2022

Editor O. Yu. Gapchenko, Editor of the English Translation V. M. Eremina,
Make-up G. A. Zenkova

Signed to print 30.03.2022. Date of publication 31.03.2022.

Format 60×84 1/8. Xerographic paper. Headset "Arial".

Operative printing. Order No. 22004.

Conv. quires 18,8. Ed.-print quires 16,5. Circulation 1000 copies. (First impression 1–100 copies).

Free price

Printed by FSBEI HE "Transbaikal State University"
30 Aleksandro-Zavodskaya st., Chita, Russia, 672039

Члены редколлегии

- Алеврас Наталия Николаевна**, доктор исторических наук, профессор, Челябинский государственный университет (Челябинск, Россия);
- Афанасьева Эльмира Маратовна**, доктор филологических наук, главный научный сотрудник, Государственный институт русского языка имени А. С. Пушкина (Москва, Россия);
- Базаров Борис Ванданович**, доктор исторических наук, профессор, академик РАН, Институт монголоведения, буддологии и тибетологии СО РАН (Улан-Удэ, Россия);
- Батмаз Вейзель**, доктор наук, профессор, Стамбульский университет, заведующий отделом методов исследования, факультет коммуникаций, кафедра связей с общественностью и рекламы (Стамбул, Турция);
- Бернюкевич Татьяна Владимировна**, доктор философских наук, доцент, Московский государственный строительный университет (национальный исследовательский университет) (Москва, Россия);
- Богуславская Вера Васильевна**, доктор филологических наук, доцент, Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина (Москва, Россия);
- Буржо Андре**, доктор социальных наук, академик, Национальный центр научных исследований Франции (Париж, Франция);
- Воронченко Татьяна Викторовна**, доктор филологических наук, профессор, Забайкальский государственный университет (Чита, Россия);
- Геруля Мариан**, доктор филологических наук, профессор, Институт политических наук и журналистики Силезского университета в Катовице (Катовица, Польша);
- Гомбоева Маргарита Ивановна**, доктор культурологии, профессор, Забайкальский государственный университет (Чита, Россия);
- Гончаров Юрий Михайлович**, доктор исторических наук, профессор, Алтайский государственный университет (Барнаул, Россия);
- Граля Хероним**, доктор исторических наук, Варшавский университет (Варшава, Польша);
- Дербишева Замира Касымбековна**, доктор филологических наук, профессор, Кыргызско-Турецкий университет Манас (Бишкек, Киргизия);
- Диев Владимир Серафимович**, доктор философских наук, профессор, Институт философии и права НГУ (Новосибирск, Россия);
- Жуковская Наталья Львовна**, доктор исторических наук, Центр азиатских и тихоокеанских исследований Института этнологии и антропологии РАН (Москва, Россия);
- Захарова Елена Юрьевна**, доктор философских наук, доцент, Забайкальский государственный университет (Чита, Россия);
- Зубарева Вера Климовна**, доктор филологических наук, профессор, Пенсильванский университет (Филадельфия, США);
- Изухо Масами**, доцент, Токийский столичный университет (Токио, Япония);
- Иизука Фуми**, доктор антропологии, Калифорнийский государственный университет (Калифорния, США);
- Камалова Алла Алексеевна**, доктор филологических наук, профессор, Варминско-Мазурский университет в Ольштыне (Ольштын, Польша);
- Карасик Владимир Ильич**, доктор филологических наук, профессор, Волгоградский государственный социально-педагогический университет (Волгоград, Россия);
- Келли Бэрон**, доктор наук, профессор факультета театральных искусств университета Луисвилля (штат Кентукки, США);
- Ковтун Наталья Вадимовна**, доктор филологических наук, профессор, Красноярский государственный педагогический университет имени В. П. Астафьева (Красноярск, Россия);
- Константинов Михаил Васильевич**, доктор исторических наук, профессор, Забайкальский государственный университет (Чита, Россия);
- Костырченко Геннадий Васильевич**, доктор исторических наук, ведущий научный сотрудник, Институт российской истории РАН (Москва, Россия);
- Куликова Елена Юрьевна**, доктор филологических наук, доцент, сектор литературоведения ИФЛ СО РАН (Новосибирск, Россия);
- Лига Марина Борисовна**, доктор социологических наук, профессор, Забайкальский государственный университет (Чита, Россия);
- Маслова Валентина Авраамовна**, доктор филологических наук, профессор, Витебский государственный университет (Витебск, Беларусь);
- Мисонжников Борис Яковлевич**, доктор филологических наук, профессор, Санкт-Петербургский государственный университет (Санкт-Петербург, Россия);
- Новиков Александр Николаевич**, доктор географических наук, доцент, Забайкальский государственный университет (Чита, Россия);
- Петров Александр Юрьевич**, доктор исторических наук, главный научный сотрудник, Институт всеобщей истории РАН (Москва, Россия);
- Пименова Марина Владимировна**, доктор филологических наук, профессор, Институт иностранных языков (Санкт-Петербург, Россия);
- Розов Николай Сергеевич**, доктор философских наук, профессор (Новосибирск, Россия);
- Романова Екатерина Назаровна**, доктор исторических наук, главный научный сотрудник, Институт гуманитарных исследований и проблем малочисленных народов Севера Сибирского отделения РАН (Якутск, Россия);
- Саймонс Грег**, доцент, Центр российских и евразийских исследований (Уппсала, Швеция);
- Сонг Чжон Су**, профессор, университет Чжунг-Анг, Институт зарубежной филологии (Сеул, Корея);
- Стровский Дмитрий Леонидович**, доктор политических наук, доцент (Ариэль, Израиль);
- Субботина Надежда Дмитриевна**, доктор философских наук, профессор, Забайкальский государственный университет (Чита, Россия);
- Сяобин Чжао**, доктор литературы, доцент, Хэбэйский университет (Баодин, КНР);
- Цэгмэдийн Цэрэндорж**, доктор исторических наук, доцент, Институт истории, этнографии АНМ (Улан-Батор, Монголия);
- Цэцэгма Жамбалын**, доктор исторических наук, профессор, Международный университет Их Засаг (Улан-Батор, Монголия);
- Черникова Ирина Васильевна**, доктор философских наук, профессор, Томский государственный университет (Томск, Россия);
- Шапошник Вячеслав Валентинович**, доктор исторических наук, доцент, Санкт-Петербургский государственный университет, Институт истории (Санкт-Петербург, Россия);
- Шевцов Вячеслав Вениаминович**, доктор исторических наук, Томский государственный университет (Томск, Россия)

Editorial Board

- Alevras, Natalya N.**, Doctor of History, Professor, Chelyabinsk State University (Chelyabinsk, Russia);
- Afanas'eva, El'mira M.**, Doctor of Philology, Chief researcher, the Pushkin State Russian Language Institute (Moscow, Russia);
- Bazarov, Boris V.**, Doctor of History, Professor, Corresponding Member of the Russian Academy of Sciences, Institute for Mongolian, Buddhist and Tibetan Studies, Siberian Branch, Russian Academy of Sciences (Ulan-Ude, Russia);
- Veysel, Batmaz**, Istanbul University, Faculty of Communications, Head of Research Methods Branch, Public Relations and Advertising Department (Istanbul, Turkey);
- Bernyukevich, Tatiana V.**, Doctor of Philosophy, Associate Professor, Moscow State University of Civil Engineering (National Research University) (Moscow, Russia);
- Boguslavskaya Vera V.**, Doctor of Philology, Associate Professor, Pushkin State Russian Language Institute (Moscow, Russia);
- Bourget, Andre**, Doctor of Sociology, Academician, French National Center for Scientific Research (Paris, France);
- Voronchenko, Tatiana V.**, Doctor of Philology, Professor, Transbaikal State University (Chita, Russia);
- Gierala, Marian**, Doctor of Philology, Professor, Head of the Journalism Chair at the Institute of Political Science and Journalism of Silesia in Katowice (Katowice, Poland);
- Gomboeva, Margarita I.**, Doctor of Culturology, Professor, Transbaikal State University (Chita, Russia);
- Goncharov, Yuri M.**, Doctor of History, Professor, Altai State University (Barnaul, Russia);
- Grala, Hieronim**, Doctor of History, Warsaw University (Warsaw, Poland);
- Derbisheva, Zamira K.**, Doctor of Philology, Professor, Kyrgyz Turkish Manas University (Bishkek, Kyrgyz Republic);
- Diev, Vladimir S.**, Doctor of Philosophy, Professor, Director of the Institute of Philosophy and Law, Novosibirsk State University (Novosibirsk, Russia);
- Zhukovskaya, Natalya L.**, Doctor of History, Head of the Center for Asian and Pacific Studies, Institute of Ethnology and Anthropology, Russian Academy of Sciences (Moscow, Russia);
- Zakharova, Elena Yu.**, Doctor of Philosophy, Associate Professor, Transbaikal State University (Chita, Russia);
- Zubareva, Vera K.**, Doctor of Philology, Professor, University of Pennsylvania (Philadelphia, PA, USA);
- Izuho Masami**, Associate Professor, Tokyo Metropolitan University (Tokyo, Japan);
- Izuka Fumie**, Doctor of Anthropology, California State University (California, USA);
- Kamalova, Alla A.**, Doctor of Philology, Professor, University of Warmia and Mazury in Olsztyn (Olsztyn, Poland);
- Karasik, Vladimir I.**, Doctor of Philology, Professor, Volgograd State Social and Pedagogical University (Volgograd, Russia);
- Kelly Baron**, Doctor of Sciences, Associate Professor, University of Louisville (Kentucky, USA);
- Kovtun, Nataliya V.**, Doctor of Philology, Professor, Astafiev Krasnoyarsk State Pedagogical University (Krasnoyarsk, Russia);
- Konstantinov, Mikhail V.**, Doctor of History, Professor, Transbaikal State University (Chita, Russia);
- Kostyrchenko, Gennady V.**, Doctor of History, Chief researcher, Institute of Russian History, Russian Academy of Sciences (Moscow, Russia);
- Kulikova, Elena Yu.**, Doctor of Philology, Institute of Philology, Siberian Branch, Russian Academy of Sciences (Novosibirsk, Russia);
- Liga, Marina B.**, Doctor of Sociology, Professor, Transbaikal State University (Chita, Russia);
- Maslova, Valentina A.**, Doctor of Philology, Professor, Vitebsk State University (Vitebsk, Belarus);
- Misonzhnikov, Boris Ya.**, Doctor of Philology, Professor, St. Petersburg State University (St. Petersburg, Russia);
- Novikov, Aleksandr N.**, Doctor of Geography, Associate Professor, Transbaikal State University (Chita, Russia);
- Petrov, Aleksandr Yu.**, Doctor of History, Chief researcher, Institute of World History, Russian Academy of Sciences (Moscow, Russia);
- Pimenova, Marina V.**, Doctor of Philology, Professor, Institute of Foreign Languages (St. Petersburg, Russia);
- Rozov, Nikolai S.**, Doctor of Philosophy, Professor, Institute of Philosophy and Law, Siberian Branch, Russian Academy of Sciences (Novosibirsk, Russia);
- Romanova, Ekaterina N.**, Doctor of History, Ethnography of the North-Eastern Russia's Peoples Department, Siberian Branch, Russian Academy of Sciences (Yakutsk, Russia);
- Simons Greg**, Associate Professor at Uppsala Centre for Russian and Eurasian Studies Box (Uppsala, Sweden);
- Song Chon Su**, Professor, Chung-Ang University, Foreign Philology Institute (Seoul, Korea);
- Strovsky, Dmitry L.**, Doctor of Political Science, Associate Professor, Ariel University (Ariel, Israel);
- Subbotina, Nadezhda D.**, Doctor of Philosophy, Professor, Transbaikal State University (Chita, Russia);
- Xiaobing Zhao**, Doctor of Literature, Associate Professor, Hebei University (Baoding, People's Republic of China);
- Tsegmed Tserendorj**, Doctor of History, Associate Professor, Institute of History and Ethnology, Mongolian Academy of Sciences (Ulaanbaator, Mongolia);
- Tsetsegma Zhambalyn**, Doctor of History, Professor, 1st Vice Rector, Ikh Zasag International University (Ulaanbaator, Mongolia);
- Chernikova, Irina V.**, Doctor of Philosophy, Professor, Tomsk State University (Tomsk, Russia);
- Shaposhnik, Vyacheslav V.**, Doctor of History, Associate Professor, Department of History, Saint Petersburg State University (St. Petersburg, Russia);
- Shevtsov, Vyacheslav V.**, Doctor of History, Tomsk State University (Tomsk, Russia)

Содержание

ПОЭТИКА И ИСТОРИЯ ТЕКСТА

<i>Дэн Голун.</i> Образ восприятия эвенков в художественной этнографии китайских писателей (на материале творчества Ужерту)	8
<i>Забияко А. А., Ван Юйци.</i> Образ восприятия японцев и Японии в дореволюционном опыте художественной рефлексии: жанрологический аспект	19
<i>Худенко Е. А., Мызникова Е. А.</i> Рассказ И. А. Ефремова «Катти Сарк»: специфика соотношения документального и художественного начал	29
<i>Цмыкал О. Е., Фэн Ишань.</i> Образ родины в лирике поэта Северо-Восточного Китая Му Мутяня (на материале стихотворений сборника «Дрейфующее сердце»)	36

ИГРА В БИСЕР: СКРЫТЫЕ СМЫСЛЫ ТЕКСТА

<i>Цепелева Н. В.</i> «Добро и зло как прах могильный...»: образ художественной реальности в стихотворении А. А. Фета	47
<i>Цзин Жуге, Болдонова И. С.</i> Трансформация идентичности литературного героя в художественном зеркале бурятских романов: от советского к постсоветскому	55
<i>Шерчалова Е. В.</i> Пространственные дихотомии и лабиринт в романе «Священная книга оборотня» В. Пелевина	65

МЕНТАЛЬНОЕ И ЛИНГВОКУЛЬТУРНОЕ ПРОСТРАНСТВО ДИСКУРСА

<i>Халида Сиями Эйдлак, Язданмехр Сайед Мохаммад Джавад.</i> Вербализация концепта «семья» в русской и иранской языковых картинах мира (на материале пословиц)	75
<i>Лай Линчжи.</i> Презентация современных ценностей гуманизма конфуцианства в медийном пространстве	86
<i>Ерофеева И. В., Простакишина Н. В.</i> Аксиология медиаобраза Забайкальского края	95

АКСИОЛОГИЯ МАССМЕДИА

<i>Гордеева Е. Ю., Малютина С. А.</i> Семейные ценности в рекламном дискурсе женской периодики эпохи НЭПа	106
<i>Иванян Р. Г.</i> Флешмоб как формат журналистской солидарности	116
<i>Кам Ваво С. А.</i> Медиатехнологии привлечения внимания интернет-аудитории и сохранение ценностных приоритетов традиционных СМИ	126
<i>Кемарская И. Н.</i> Ценностные ориентиры драматургии аудиовизуальной периодики: перенастройка научной оптики	138
<i>Нигматуллина К. Р.</i> Ценность коммуникации в цифровом пространстве	148

CONTENTS

POETICS AND HISTORY OF THE TEXT

Deng Guo Long. The Image of the Perception of the Evenki in the Artistic Ethnography of Chinese Writers (Based on the Material of the Work by Uzhertu)	8
Zabiyako A. A., Wang Yuqi. The Image of the Perception of the Japanese and Japan in the Pre-Revolutionary Experience of Artistic Reflection: The Genre Aspect	19
Khudenko E. A., Myznikova E. A. A Story <i>Cutty Sark</i> by I. A. Efremov: The Specifics of the Correlation of Documentary and Artistic Principles	29
Tsmykal O. E., Feng Yishan. The Image of the Homeland in the Lyrics of the Poet of Northeastern China Mu Mutian (Based on the Poems from the Collection <i>Drifting Heart</i>)	36

THE GLASS BEAD GAME: HIDDEN MEANINGS OF THE TEXT

Tsepeleva N. V. "Good and Evil are Like Grave Dust...": the Image of Artistic Reality in the Poem by A. A. Fet	47
Jing Ruge, Boldonova I. S. Transformation of a Literary Character's Identity in the Artistic Mirror of Buryat Novels: from Soviet to Post-Soviet	55
Sherchalova E. V. Spatial Dichotomies and Labyrinth in the Novel <i>the Sacred Book of the Werewolf</i> by V. Pelevin	65

MENTAL AND LINGUOCULTURAL DISCOURSE SPACE

Khalida Siyami Eidlak, Yazdanmehr Sayyed Mohammad Javad. Verbalization of the Family Concept in Russian and Iranian Language Pictures (Based on Proverbs)	75
Lai Lingzhi. Presentation of Modern Values of Confucianism Humanism in the Media Space	86
Erofeeva I. V., Prostakishina N. V. Axiology of Transbaikal Territory Media Image	95

AXIOLOGY OF MASS MEDIA

Gordeeva E. Yu., Malutina S. A. Family Values in Advertising Discourse of Women's Periodicals of the NEP Era	106
Ivanyan R. G. Flashmob as a Form of Solidarity in Journalism	116
Kam Vavo S. A. Media Technologies of Attracting the Audience's Attention on the Internet: Preserving Traditional Media's Value Priorities	126
Kemarskaya I. N. Value Orientations of the Audiovisual Periodicals Dramaturgy: Reconfiguring Scientific Optics	138
Nigmatullina K. R. The Value of Digital Communication	148

ПОЭТИКА И ИСТОРИЯ ТЕКСТА

POETICS AND HISTORY OF THE TEXT

Научная статья

УДК 821.581; 808.1

DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-8-18

Образ восприятия эвенков в художественной этнографии китайских писателей (на материале творчества Ужерту)

Дэн Голун

Амурский государственный университет, г. Благовещенск, Россия

412687814@gg.com, <https://orcid.org/0000-0003-3225-1608>

Эвенки – малочисленная этническая группа, проживающая на территории России и Китая, сохранившая традиционную культуру и обрядность. «Эвенкийская тема» стала значимым явлением современной китайской литературы, внесла вклад в этнографические исследования эвенкийской культуры. Актуальность исследования обусловлена интересом современного литературоведения к разнообразным художественным проекциям имагологической методологии сквозь призмы этнических культур, а также вниманием современных китайских писателей к жизни малых народностей. Целью работы стал анализ образов самовосприятия эвенка в художественной этнографии писателя-эвенка Ужерту. Основой послужили методологические разработки в области художественной этнографии, имагологические исследования культурных образов и художественных образов восприятия в литературе. Автор соотносит своё исследование с этнографическими трудами российских этнографов. Основными методами послужили культурно-исторический, сравнительно-исторический, имманентного анализа и переводоведческих интерпретаций. В ходе работы проанализированы рассказы Ужерту. Образ эвенка в его произведениях дан с точки зрения самовосприятия. С каждым новым этапом творчества Ужерту всё глубже осознавал ответственность перед своим народом, пытаясь в художественной форме зафиксировать и сохранить его уникальную культуру. В произведениях Ужерту отмечены основные типологические приёмы художественной этнографии: создание образов восприятия инокультуры (ханьской), запечатление традиционных религиозных представлений и мифологической картины мира, описание бытовых и промысловых обычаев и ритуалов. Ужерту с грустью фиксирует процессы окитаивания эвенков, их растворения в ханьской культуре и быте.

Ключевые слова: образ восприятия, образ самовосприятия, художественная этнография, эвенки, этнические меньшинства, Ужерту, современная китайская литература

Благодарность: Исследование выполнено при финансовой поддержке гранта РФФИ № 20-012-00318 «Образы России и Китая в художественной этнографии (по материалам русской и китайской литературы, публицистики Маньчжурии 20–40-х гг. XX в.)».

© Дэн Голун, 2022





Original article

The Image of the Perception of the Evenki in the Artistic Ethnography of Chinese Writers (Based on the Material of the Work by Uzhertu)

Deng Guo Long

Amur State University, Blagoveshchensk, Russia

412687814@gg.com, <https://orcid.org/0000-0003-3225-1608>

The Evenki are a small ethnic group living in Russia and China, which has preserved its traditional culture and rituals. The “Evenk theme” has become a significant phenomenon in modern Chinese literature and has contributed to ethnographic studies of Evenk culture. The relevance of the study is due to the interest of modern literary criticism in various artistic projections of imagological methodology through the prism of ethnic cultures, as well as the attention of modern Chinese writers to the life of small nationalities. The aim of the study was the imagological analysis of the image of the self-perception of the Evenki in the artistic ethnography of the Evenk writer Uzhertu. The research is based on the methodological developments in the field of artistic ethnography, as well as imagological studies of cultural images and artistic images of perception in literature. The principle of attracting and using ethnographic material is based on the works by Russian ethnographers. During the research, the stories of Uzhertu were analyzed. The image of the Evenk in his works is given from the point of view of self-perception. At the same time, it is emphasized that despite the positive qualities, the Evenk nation is weak and small in number, dissolving in the Han culture under the influence of globalization, modernization, and developing economy. As a representative of an ancient ethnos, faced with the impact of modern civilization, with each new stage of creativity, Uzhertu became more and more aware of his responsibility to his people, trying to fix and preserve its unique culture in an artistic form. In the “Evenk” works by Uzhertu, the main typological techniques of artistic ethnography were captured: the creation of images of perception of a foreign culture (Han) and images of perception, the imprinting of traditional religious ideas and a mythological picture of the world, a description of household and trade customs and rituals. Uzhertu sadly records the processes of enveloping the Evenks, their dissolution in the Han culture and everyday life.

Keywords: image of perception, image of self-perception, artistic ethnography, the Evenki, ethnic minorities, Uzhertu, modern Chinese literature

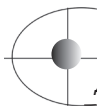
Acknowledgments: *The research was financially supported by the Russian Foundation for Basic Research, grant no. 20-012-00318 “Images of Russia and China in artistic ethnography (based on the materials from Russian and Chinese literature, journalism of Manchuria in the 1920s–1940s)”.*

Введение. Художественное запечатление образов этнического сознания в литературе – тема дискуссионная, в настоящее время активно обсуждаемая с точки зрения разных методологических традиций, эмпирических данных, сложившихся культурных парадигм [1–4]. Ключевыми понятиями имагологических исследований художественной репрезентации образов «своего/чужого» в этническом сознании становятся понятия «культурный образ» [5], «художественный образ восприятия» [6; 7].

В китайском литературоведении имагологическое направление появилось недавно, что обусловлено сложными социально-политическими процессами XX в. внутри страны (борьбой за создание национального государства, противоречиями социалистического строительства в 1950–1970-е гг., «культурной революцией» и т. д.). Лишь в конце прошлого столетия в Китае объявлена «политика открытости», утверждена национальная программа поддержки малых народностей, населяющих Китай, начато повсеместное изучение их этнических культур.

Большие трудности связаны с изучением народов Северо-Восточного Китая – практически до 1949 г. эти территории, населённые в основном маньчжурами и рассматриваемые как их вотчина, оставались на периферии китайской научной, общественной и литературной мысли. За годы «культурной революции» практически утерян багаж, накопленный в исследовании этнической карты региона русскими эмигрантами [7] и японскими исследователями, изучающими северо-восточные земли и народы с целью дальнейшего использования этих знаний в экспансионистских целях.

В настоящее время Северо-Восток Китая населяют самые разные народы, коренными из них считаются дауры [达斡尔族], маньчжуры [满族], эвенки [鄂温克族] и орочоны [鄂伦春族] (в китайской научной традиции эти народы традиционно разделяются) [8]. Эвенки – малочисленная этническая группа; согласно статистике пятой национальной переписи населения 2000 г., население эвенков составляет 30 505 человек. В основном они проживают в эвенкийском автоном-



ном районе [8, с. 1]. Поколениями это традиционное общество жило по законам тайги. 5 марта 1958 г. Народный комитет автономного района Внутренняя Монголия подписал Уведомление об объединённом изменении названий «саурон», «тунгус» и «якут» на «эвенки»¹.

После принятия нового статуса эвенки под воздействием выдвигаемых внутренней политикой Китая требований модернизации постепенно утратили свой традиционный образ жизни, занялись сельским хозяйством и животноводством, приняв китайский язык и культуру. Лишь небольшая часть эвенков-оленьеводов [使鹿鄂温克] осталась на исконной территории в лесах горного Хингана, сохранив свой язык и традиции, обычаи, устный фольклор.

Первые попытки исследования социального и экономического развития, этнической истории и культуры эвенков предприняли в 1950-е гг. в Автономном округе Внутренней Монголии. Отчёт студентов из Яньцзина, Университета Цинхуа и Пекинского университета в Хулунбуире стал первым опытом этнологического исследования после основания Китайской Народной Республики².

Но лишь в конце 1980-х гг. правительство Китая организовало масштабные этнографические экспедиции для сбора и сохранения культурного наследия эвенков. В целях реализации политики национального равенства и единства, обеспечения равного статуса этнических меньшинств организовали многочисленные экспедиции в эвенкийскую среду [9; 10]. В этот период учёные, успевшие застать живые религиозные практики коренных народов Северо-Восточного Китая, уделили большое внимание шаманизму эвенков («Исследование шаманизма» [11], «Таинственный мир шаманов» [12], «Шаманизм в Северо-Восточной Азии» [1], «Эвенкийский шаманизм» [13], «Исследо-

¹ Уведомление Народного комитета автономного района Внутренняя Монголия об объединённом изменении названий «саурон», «тунгус» и «якут» на «эвенки» в данном регионе // Политические новости Внутренней Монголии. – 1960. – № 12. – С. 3. = 内蒙古自治区人民委员会. 关于我区“索伦”、“通古斯”、“雅库特”统一改称鄂温克族的通知, 载 // 内蒙古政报. – 1960. – № 12. – 页. 3.

² Отчёт об этнических расследованиях Лиги Хуна Внутренней Монголии, составленный группой по исследованию трудовой деятельности Монголии летом 1950 г. (университеты Яньцзина, Цинхуа и Пекина). – Хух-хото: Народное изд-во Внутренней Монголии, 1997. – 302 с. = 燕京、清华、北大1950年暑期内蒙古工作调查团编《内蒙古呼纳盟民族调查报告》. – 呼和浩特: 内蒙古人民出版社, 1997. – 302页.

вание шаманизма северного этноса Китая» [14] и др.).

В то время как на приграничной российской стороне к началу XXI в. уже сложилась мощная этнографическая традиция изучения эвенков (С. М. Широкогоров, Г. М. Василевич, А. И. Мазин, А. П. Забияко [15–17]), сформировалась художественная традиция отражения их культуры, обычаев, религии (Г. А. Федосеев, В. Г. Лецик и др.), появились филологические исследования, посвящённые образу эвенков в художественной этнографии [18] – в китайской литературе эвенкийская тема появляется только в начале 80-х гг. XX в., а её литературоведческое изучение делает только первые шаги.

Зарождение и развитие эвенкийской темы тесно связано с так называемым «экологическим направлением» в китайской литературе [8]. Его концепция такова: с усилением социальной модернизации и глобализации жизненное пространство этнических меньшинств постоянно уменьшается, а национальные традиции и культура сталкиваются с реалиями современного мира. Чтобы привлечь внимание общества, защитить культуру и традиции этнических меньшинств, писатели последовательно создают на основе этнического материала произведения, затрагивающие повседневную жизнь, этническую культуру и религиозные традиции малых народов.

Яркими представителями эвенкийской темы в литературе стали писатели-эвенки Ужерту («Шаман, наш шаман» и др.)³ и Тукедонг Циншэн («Шаманское солнце»)⁴, а также ханьская писательница Чи Цзыцзянь («Правый берег реки Эргуна»)⁵ и др. Безусловно, в текстах этих авторов образы эвенков будут отличаться в полном соответствии с дихотомией «своё/чужое».

Ужерту (имя при рождении Ту Шаоин, 1952 г. р.) родился в г. Уланхот аймака Хинган [乌兰浩特] Внутренней Монголии, в семье эвенка и даурки. Детство писателя прошло

³ Ужерту. Шаман, наш шаман: рассказы. – Синин: Народное изд-во Цинхай, 2014. – 298 с. = 乌热尔图. 萨满, 我们的萨满: 小说集. – 西宁: 青海人民出版社出版年, 2014. – 298页.

⁴ Тукедонг Циншэн. Шаманское солнце. – Хух-хото: Народное изд-во Внутренней Монголии, 2009. – 249 с. = 涂克冬·庆胜. 萨满的太阳. – 呼和浩特: 内蒙古人民出版社, 2009. – 249页.

⁵ Чи Цзыцзянь. Правый берег реки Эргуна. – Пекин: Лит. изд-во народной литературы, 2014. – 273 с. = 迟子建. 额尔古纳河右岸. – 北京: 人民文学出版社, 2014. – 273页.

в посёлке Ньерджи [尼尔基镇] (побережье реки Нэньцзян даурского округа Моридавы), где основной была китайская культура. До 17 лет Ужертю не знал родного языка, не имел точного представления о своём народе и его традициях. После окончания школы он переехал и начал работать в Олгуя-Эвенкийской национальной области [敖鲁古雅鄂温克族乡], где в те годы ещё относительно сохранялась традиционная охотничья культура эвенков. В это время в юноше проснулись чувства глубокой причастности к эвенкийской культуре и её традициям [19].

Осознание собственной этничности шло постепенно: Ужертю овладевал эвенкийскими охотничьими навыками в Олгуе, проникаясь традиционными представлениями эвенков, превращаясь из «горного чужака», которого даже охотничья собака считала чужим, в настоящего эвенка, ориентирующегося свободно в тайге: «Первый раз я получил новый охотничий костюм, первый раз выбрал охотничье ружьё, первый раз охотился на белок, встретил первого большого медведя во время охоты, первый раз увидел делёж добычи и впервые поклонился богам в горах...»¹. Эти переживания не только дали ему всестороннее понимание своего этноса и чувство этнической сопричастности, но и побудили к литературному запечатлению традиционной жизни своего народа. Как человек маргинального типа сознания, рождённый в межэтническом браке, Ужертю стал наиболее активным проводником этнических интересов эвенков [20].

Он начал писать в 1976 г., а в 1978 г. уже публиковал свои произведения в центральных литературных журналах («Народная литература», «Степь» и «Шандан»). Его рассказы сразу же привлекли внимание китайского литературного мира [8, с. 129]. В настоящее время Ужертю считается одним из самых влиятельных писателей в области литературы этнических меньшинств и даже в современной литературе Китая [21]. Произведения китайского эвенка известны в России – их переводят² и исследуют (Ю. Г. Хазанкович, Ю. А. Дрейзис, О. Н. Ри-

сухина, А. Н. Коробова, Т. В. Воронченко, Ван Сыхэн и др.).

Методология и методы исследования. В основе исследования – методологические разработки в области художественной этнографии эвенков А. А. Забияко [18; 20], а также имагологические исследования культурных образов (А. Д. Пажо) [5] и художественных образов восприятия в литературе (А. А. Забияко, Е. В. Сенина [4; 6; 22], Ван Юйци). Принцип привлечения и использования этнографического материала базируется на трудах Г. М. Василевич, А. И. Мазина, А. П. Забияко и др. [17; 23]; анализ литературных текстов с позиции художественной этнографии соотнесён с работами А. А. Забияко. Образ восприятия запечатлевает образ чужого, образ же самовосприятия направлен на своё, свой народ. Ужертю – эвенк по рождению, но ставший эвенком по духу только в сознательном возрасте. Он считает себя эвенком, что позволяет рассматривать художественный образ восприятия эвенка в его творчестве с позиции саморецепции.

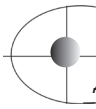
Методология анализа включает культурно-исторический метод (в исследовании контекста создания произведений об эвенках), сравнительно-исторический метод (при сравнении различных исторических этапов в жизни этнической группы), переводоведческую методiku. В культурно-исторической и сравнительно-исторической части исследования мы опираемся на труды Конг Фаньчжи [24], Тун Цинбиня [19], Бао Гуйменя [21].

Результаты исследования и их об-суждение. Исследователи разделяют творчество Ужертю на три этапа [Там же]. Первый этап творчества Ужертю – с 1978 по 1983 г. – связан с первыми впечатлениями от знакомства со своим этносом. Эти рассказы относятся к сложному периоду китайской истории (возрождения и модернизации после «культурной революции»), кардинально изменившему жизнь этнических меньшинств. К наиболее ярким произведениям этого времени относятся «Олень с семью рогами», «Янтарный костёр» и «Старик и олень».

«Янтарный костёр» опубликован в 1983 г. Сюжет рассказа основан на житейской истории: охотник-эвенк Нику ведёт свою тяжелобольную жену Тали в больницу за горой. По дороге они видят следы трёх незнакомцев и понимают, что те заблудились в лесу. Нику оказывается перед выбором:

¹ Ужертю. День, когда я охотился в лесу // Шаман, наш шаман: рассказы / Ужертю. – Синин: Народное изд-во Цинхай, 2014. – С. 280. = 我在林中狩猎的日子 // 我的 小集. 西宁: 青海人民出版社出版年, 2014. – 页. 280.

² Ужертю. Судьба охотника / пер. Е. И. Рождественской-Молчановой // Современная новелла Китая. – М.: Художественная литература, 1988; Он же. Янтарный костёр / пер. Н. А. Спешнева // Современная китайская проза. Барговое облако. – М.: АСТ, 2007. – 512 с.



спасать жену или незнакомых людей. Хотя его жена испытывает сильнейшие боли, она разделяет стремление мужа помочь «чужакам», уговаривает его отправиться по следам незнакомцев: «Кашель... кашель... кашель... Я так тяжело говорю, сердце бьётся! Нику, ты... иди... иди! Я знаю, ты ждёшь моих слов!»¹ Нику оставляет жену ночью в лесу под присмотром 14-летнего сына Цюке и отправляется на поиски. Несмотря на сильный дождь, Нику находит трёх замерзающих китайцев, быстро разводит костёр и идёт на охоту. Нику – опытный следопыт, он рассказывает заблудившимся путникам, как выбраться к людям. Бедняга стремится скорее вернуться к жене, но люди умоляют не бросать их и сопроводить дальше.

Ужерту обращает внимание на особый склад этнического характера эвенков и их таёжную этику. На протяжении повествования герой находится в состоянии трудного выбора: спасти троих незнакомцев или оказать помощь жене. Для таёжных эвенков помощь оказавшемуся в беде путнику – непреложный закон. Спасённые эвенком китайцы очень благодарны и взволнованы, но Нику – спокоен, он понимает, что так поступил бы каждый: «Вы спасли жизни нас троих!» – старик в очках тряс губами, и его глаза были влажными. Нику сел, посмотрел на них и ничего не сказал. Ему нечего было сказать. Независимо от того, какой эвенк встретит подобное в лесу, он сделает то же самое, что и он. Просто у некоторых это получается хорошо, а у некоторых – нет»².

Таёжная этика эвенков определяется их пантеистическим отношением к природе, для них она – живое существо, мать всего сущего. Люди – дети природы, и о них нужно заботиться.

Любовь к природе, родной земле, лесу и горам у эвенков в крови, они не хотят уходить в город, даже если смертельно больны. Тали перед смертью говорит: «На горе... Я не чувствую себя неловко, даже когда умираю... Это не из-за страха, что ты рассердишься, я действительно не хочу спускаться с горы на этот раз...

¹ Ужерту. Янтарный костёр // Шаман, наш шаман: рассказы / Ужерту. – Синин: Народное изд-во Цинхай, 2014. – С. 69. = 琥珀色的篝火 // 我的: 小集. – 西宁: 青海人民出版社出版年, 2014. – 页. 69.

² Там же. – С. 73.

Если я действительно умру, похороните меня на горе»³.

Лес и горы – место рождения и место смерти, они принимают своих детей и помогают им, поддерживают дух и дают силы. Вне привычной среды обитания эвенки теряют человеческий облик. Нику вспоминал свою жизнь в городе: «Нику вернулся к огню и молча сел. По какой-то причине он вспомнил то, что делало его неприятным в прошлом. Он вспомнил то время, когда он, пьяный, лежал в придорожной канаве в ближайшем городке, группа детей без всякой причины бросала в него камни. Он также вспомнил, что однажды он шёл по оживлённой улице с дробовиком и в окровавленном охотничьем костюме. Многие люди смотрели на него таким странным взглядом. Выражение лица официантки... Он вспомнил её кривой нос, прикрытый рот. Он также вспомнил... он почувствовал боль в носу и хотел найти место, где никто бы это не видел. Он поднял голову и посмотрел на голубое небо. Небо над горой было таким голубым и чистым. Он чувствовал, что голубое небо было недалеко от него, совсем недалеко»⁴.

Когда-то давно близость родного неба позволила ему вернуться в родной лес и стать достойным человеком, а не умереть пьяным в придорожной канаве. В городе он был слаб и сам себе противен.

Нику – настоящий лесной человек, он ловко находит заблудившихся путников, разводит костёр, делает им постели из еловых веток и идёт на охоту, хотя сам устал и измучен: «Тёмной ночью Нику нашёл троих замёрзших прохожих во время сильного дождя. Он построил для них временные убежища и нарубил веток для костра и лежаков. Он был измучен и истощён, но смог спасти жизни людей»⁵. В лесу он чувствует себя как дома, прекрасно ориентируется, он ловок и смел, в отличие от городских жителей: «Эти трое парней волочатся, как раненые кабаны, может, ещё не ели!»⁶. Помогая заблудившимся ханьцам, Нику упускает время: из-за сильного дождя мост к больнице сломался, его жена умерла. Сын, похоронив мать, под проливным дождём находит Нику. Финальный эпизод рассказа символи-

³ Там же. – С. 67.

⁴ Там же. – С. 75.

⁵ Там же. – С. 69.

⁶ Там же.

чен: спины эвенков, отца и сына, исчезают в лесу.

«Олень с семью рогами» – рассказ, написанный в 1981 г. Его главная тема – инициационная: обучение юных эвенков не только охоте, но и любви к лесу, пониманию его законов, их становление как охотников. Сюжетно-композиционные особенности вновь определяются пантеистической картиной мира эвенков: фабула рассказа подчинена этапам воспитания 13-летнего юноши его отчимом Джиттом. Тотемный образ полуреального, полумифического оленя с семью рогами лежит в основе каузальных связей повествования. Оно ведётся от первого лица мальчика-подростка, рассказывающего о том, что после смерти отца в их семью пришел отчим, суровый и властный мужчина. Джитт постоянно называет мальчика бесполезным и подталкивает его пойти на охоту в одиночку: «Однажды, раздосадованный словами отчима, я попросил дробовик, который оставил мой отец, и решил пойти на охоту, чтобы доказать, что я не бесполезен для Джитта!»¹

Мальчик решает пойти на охоту и встречает прекрасное животное – оленя с рогами в форме семи лучей. Он ранит животное, но не убивает. Позже он ещё дважды встретит этого оленя, когда самец отбивает своё стадо от волка. Мальчика восхищает смелость и красота животного, он убивает волка, напавшего на оленей. Джитт помогает мальчику и оленю – оказалось, что он так хотел обучить подростка лесной жизни: ценить каждое живое существо. Он наблюдал за мальчиком издали и был очень доволен его поступками.

Отправляясь в лес, мальчик был настроен только доказать, что он – охотник, но встречи с оленем с семью рогами меняют его мировосприятие: он видит красоту, силу, смелость животного, переживает и волнуется за него, в конце концов, помогает спастись: «Третья встреча с этим оленем произошла осенью на охоте. Я сразу понял, что олень, сражающийся с четырьмя волками, был семирожковым оленем. Он всё ещё был сильным и храбрым, но я волновался, что его превосходят численностью,

поэтому я застрелил волка. Самца оленя снова отпустил»².

Ситуация спасения оленя решительно меняет его отношения с отчимом, который всё это время присматривался к мальчику, а теперь очень гордится его поступком: «К моему удивлению, Джитт не стал ругать меня за то, что позволил оленю уйти, а крепко обнял меня своими большими руками. Он на жизненном примере объяснил мне, как стать настоящим охотником-эвенком, и как эвенки уважают жизнь и относятся к ней по-доброму»³.

Джитт учит пасынка не словами, а делом. Встречи с оленем с семью рогами помогают мальчику понять, что есть главное в жизни его народа: «Хотя мы живём охотой, мы никогда не бываем жадными. Поколения следуют закону гармонии и устойчивости в лесу»⁴.

Рассказ «Старик и олень» (1988) описывает историю 81-летнего эвенка, возвращающегося в лес со своим внуком после «экологической миграции» в Олгуя-Эвенкийскую область. Старик вспоминает истории своей лесной жизни, своих «старых друзей» – растений и деревьев в горах. Любовь старого эвенка к природе выражается в каждом жесте, в каждом слове, ведь все окружающие его предметы – его друзья, которые помнят его: «Старик шёл по небольшой дороге, сломал рукой мёртвую ветку и ступил ногой по упавшему дереву на землю. Он остановился у сосны и потянулся, чтобы погладить ствол:

– Ты всё ещё знаешь меня... – голос старика был хриплым.

– Дедушка, с кем ты говоришь? – спросил ребёнок.

– С моим другом!

– Ой, ты говоришь с сосной»⁵.

Старик мечтает услышать знакомые звуки оленьих криков, наполнивших лес в былые времена: «Я здесь, чтобы послушать голоса диких оленей, как если бы вы слушали песню по радио. Это настоящая песня, она будет спета для меня!»⁶

Тщетно ждёт он один, два и три дня, наконец, он не смог ничего дожидаться, поэтому

² Там же. – С. 55.

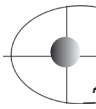
³ Там же. – С. 56.

⁴ Там же. – С. 57.

⁵ Ужерту. Старик и олень // Шаман, наш шаман: рассказы / Ужерту. – Синин: Народное изд-во Цинхай, 2014. – С. 20. = 老人和鹿 // 我们的: 小说集. – 西宁: 青海人民出版社出版年, 2014. – 页. 20.

⁶ Там же. – С. 22.

¹ Ужерту. Олень с семью рогами // Шаман, наш шаман: рассказы / Ужерту. – Синин: Народное изд-во Цинхай, 2014. – С. 54. = 七叉犄角的公鹿 // 我们的: 小说集. – 西宁: 青海人民出版社出版年, 2014. – 页. 54.



старик берёт охотничий свисток, издающий крики оленей-самцов и детёнышей. Старик завещает своему внуку запомнить эти звуки, потому что внук их больше никогда не услышит – оленей больше нет в этом лесу.

Рассказ заканчивается символической сценой – старый эвенк обнимает любимую землю перед смертью: *«К сожалению, мужчина средних лет повернулся и упал на свою любимую землю, его лицо было прижато к земле, в уголках его глаз всё ещё блестели слёзы, а руки были раскрыты, как будто он хотел что-то обнять»*¹.

Диалоги старика и его внука выражают тоску старика-эвенка по родной тайге и его сожаление по поводу разрушения лесной экологии. Он критикует процесс модернизации, уничтожающий тайгу и традиционный образ жизни эвенков. Трагический финал рассказа связан не только со смертью старика-эвенка, но и с медленным умиранием самой тайги – верного друга и товарища всех эвенков. Ужерту в рассказе поднимает тему экологической ситуации в Китае, когда из-за вмешательства человека в природу гибнут леса, животные и сами «лесные» люди. Эта тема становится основной в его дальнейшем творчестве.

Второй этап творчества Ужерту – с 1983 по 1993 г. Система персонажей в произведениях этих лет отражает контраст между старым и новым поколением, представляет оппозицию традиционной и современной культуры, в том числе, в лице носителей традиционной культуры – старых охотников и шаманов, молодых людей, которые нарушают правила охоты и забывают древние религиозные обычаи [10].

Рассказ «Шаман, наш шаман», написанный в 1992 г., описывает историю последнего шамана Да Лао Фей (очевидно, это китаизированный вариант русского имени Дорофей). Шаман обладает магическими сверхъестественными способностями, олицетворяющими душу и силу народа эвенков, и многие поколения эвенков уважали и восхищались им. Экономическое развитие района Большого Хингана приводит к наплыву огромного количества туристов, нарушающих мирную жизнь эвенков, чья родовая земля становится местом для фотографирования туристов. Почитаемого эвенками

¹ Ужерту. Старик и олень // Шаман, наш шаман: рассказы / Ужерту. – Синин: Народное изд-во Цинхай, 2014. – С. 27. = 老人和鹿 // 我们的: 小集. – 西宁: 青海人民出版社出版年, 2014. – 页. 27.

шамана постоянно вывозят туристам как элемент фотосессии. Таинственный шаманский ритуал используется в качестве туристического шоу. Не выдержав бесчинств и бессовестной эксплуатации своего тайного знания, старый шаман, используя древнюю магию, однажды превращается в медведя, чтобы отпугнуть туристов, которые повсюду справляют нужду.

Современный мир бесцеремонно вторгся в мирную и тихую жизнь эвенков, которые не знают, как защититься, и выбирают путь – уйти в лес и слиться с природой. В рассказе неоднократно выражается отвращение эвенков к наплыву туристов и беспомощность перед ними. Автор рассуждает о поведении последнего шамана, который устал от бесконечного внимания и недостойного поведения незнакомых людей: *«Каково первоначальное намерение шамана Да Лао Фей, притворяющегося мертвым? Это кратковременное безумие или бегство от шумной толпы? Я до сих пор помню его взгляд, сверлящий меня из мрачной дыры в дереве – это действительно пойманный зверь... Недоумение и беспомощность»*².

Ужерту искренне сочувствует шаману, разделяя его состояние: *«Я не забыл взгляд Да Лао Фей, шамана, который стар, как сумерки, которого я никогда раньше не видел; холодно проходит он сквозь толпу и бросается вдаль. Глядя в его глаза, я не знаю, почему, но холод пробирал моё сердце, оно полно невыразимой печали и невыплаканных слёз»*³.

Рассказы второго этапа показывают эвенков как этнос, которому приходится меняться вместе с современным миром, изменять своим традициям, обычаям, приспосабливаться и выживать. Ужерту против того, чтобы эвенки растворились в китайском обществе, потеряв свою культуру и индивидуальность.

Художественный образ самовосприятия эвенков в творчестве Ужерту создан с помощью различных приёмов:

1. Система персонажей рассказов. В центре внимания Ужерту, прежде всего, образы *своих* – собирательные образы охотников-эвенков. В некоторых рассказах у героев нет имён: мальчик из рассказа «Олень с семью рогами» – просто обычный эвенкий-

² Ужерту. Шаман, наш шаман: рассказы. – Синин: Народное изд-во Цинхай, 2014. – С. 191. = 我们的: 小说集. – 西宁: 青海人民出版社出版年, 2014. – 页. 191.

³ Там же.

ский мальчик, старик из рассказа «Старик и олень» также не имеет имени. Номинация не играет роли, это обобщённые образы эвенков-подростков, которые учатся познавать мир, и образы всех стариков, которые передают свои знания молодым.

Эвенки – потомственные охотники и следопыты, даже переехав в город, они не теряют своих навыков. Мальчик из рассказа «Олень с семью рогами» в 13 лет может подстрелить взрослого оленя. Нику, уставший, ночью в сильный дождь успешно находит косулю, чтобы накормить путников.

Воплощением души эвенкийской нации становится образ шамана из рассказа «Шаман, наш шаман». Ужерту пишет об уважении к этому человеку, его силе и характере. Шаман Да Лао Фей ищет мирный способ избавиться от туристов, позволяя себе поведение, в корне отличное от принятого: «Я помню, что в тот день, когда была достигнута кульминация, толпа подходила одна за другой, как косяк рыб, мигрирующих ранней весной. Вы не можете сказать, было ли их сто или пятьсот. Шаман Да Лао Фей был плотно втиснут в толпу в центре, пар рук на его плечах, на его спине, на его груди, на его локтях, похлопывающих, трещающих, щипающих... В конце дня Да Лао Фей стал тихо испражняться прямо на людях, эти люди закрывали носы, вокруг него образовалось небольшое открытое пространство. Я один понимал, что это уникальное и чрезвычайно умное сопротивление»¹. Старый шаман притворяется дикарем, чтобы избавиться от туристов.

Эвенкам противопоставлен образ «чужих» – заблудившиеся китайцы, которые слабы и беспомощны в тайге, туристы, которые не уважают чужую культуру, перекупщики мяса, которые не хотят охотиться сами, но, имея деньги, заставляют молодых эвенков отворачиваться от традиций предков. Чужие люди обезличены в рассказах, но оказывают большое влияние на эвенков, которые честны и простодушны. Воздействие «чужих» разрушает традиционную жизнь – в рассказе «Шаман, мой шаман» Ужерту описывает часть самих эвенков, желающих заработать: «Но никто не может остановить наплыв туристов точно так же, как невозможно остановить наводнение. Мой брат, который слепо поклоняется посторонним,

¹ Ужерту. Шаман, наш шаман: рассказы. – Синин: Народное изд-во Цинхай, 2014. – С. 191. = 我们的: 小说集. – 西宁: 青海人民出版社出版年, 2014. – 页. 190.

снова и снова просит шамана Да Лай Фей выступить перед туристами в шаманском костюме»².

2. Описание традиционной жизни эвенков, их промысловых обычаев, «таёжной этики». Каждый эвенк знает лес, различные тропы, умеет читать следы, развести костёр, добыть пропитание. Они готовы помогать заблудившимся людям в ущерб собственной семье. Бытовые привычки и поведение эвенков отличаются от поведения китайцев. Эвенки – настоящие «лесные» люди, лес для них и колыбель, и родной дом, и могила, они связаны с ним как с родной матерью. Эвенки чувствуют лес, уважают его и стремятся к гармонии, а не к потребительству. В рассказе «Старик и олень» старый эвенк говорит внуку: «Дитя, ты должен помнить, как и твой брат, как и твоя мама... Помни мои слова, людям не обойтись без леса, и не может не быть пения в лесу»³.

У эвенков отличное зрение, охотники-эвенки прекрасно стреляют. Они едят сырую печень косули и оленью печень, которая, согласно их анимистическим представлениям, хороша для глаз. Нику забивает косулю, чтобы накормить продрогших китайцев: «В это время измученный Нику с помощью охотничьего ножа разрезал свежую тёплую печень косули на куски, затем схватил кусок и положил его себе в рот»⁴.

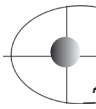
3. Религиозное сознание эвенков и их мифологическая картина мира воплощены в полумифических и мифических персонажах. Они, как правило, в сюжете определяют каузальные связи. Мифологические сюжеты органичны для обыденного сознания эвенков, которые следуют культу предков, верят в то, что каждый предмет имеет душу. Одним из главных героев рассказа «Олень с семью рогами» становится охотничья мифологема – олень с семью рогами-лучами. Олень – это тотемное животное эвенков, олицетворяющее собой природу.

Култ предков эвенков, связанный с медвежьей мифологией, становится сюжетообразующим в рассказе «Шаман, наш

² Там же.

³ Ужерту. Старик и олень // Шаман, наш шаман: рассказы / Ужерту. – Синин: Народное изд-во Цинхай, 2014. – С. 27. = 老人和鹿 // 我们的: 小说集. – 西宁: 青海人民出版社出版年, 2014. – 页. 27.

⁴ Ужерту. Янтарный костёр // Шаман, наш шаман: рассказы / Ужерту. – Синин: Народное изд-во Цинхай, 2014. – С. 74. = 琥珀色的篝火 // 我的: 小说集. – 西宁: 青海人民出版社出版年, 2014. – 页. 74.



шаман». В экспозиции рассказа приводится генеалогический миф эвенков: «Давным-давно охотник отправился в горы на охоту, его внезапно поймала медведица и затащила в пещеру, заставив охотника жениться на ней. Охотник был вынужден согласиться. Он несколько лет прожил с матерью-медведицей, и у них родился детеныш. Каждый раз, когда медведица выходила на охоту, чтобы не дать охотнику сбежать, дверь пещеры плотно закрывалась.

Однажды медведица вывела медвежат на охоту, но забыла закрыть вход в пещеру. Охотник воспользовался случаем, чтобы спастись бегством, побежал к реке, сел на плот и отправился по течению.

Вернулась медведица и обнаружила, что охотник исчез, повела медвежонка в погоню и нашла охотника в реке. Она кричала и пыталась убедить его вернуться, но охотник проигнорировал её. Медведица так рассердилась, что в ярости разорвала медвежонка пополам, половину бросила охотнику, а половина осталась с ней. Тот, кто остался, позже стал медведем, а половина охотника стала народом эвенки. Даже сегодня у народа эвенков есть привычка бояться медведей и считать медведей своим тотемом»¹.

Шаман Да Лао Фей может превратиться в медведя, обладает сверхспособностями, даже его смерть от лап медведя становится для эвенков знаком того, что душа шамана соединилась с медведем – их общим предком.

Ужерту много внимания уделяет шаманизму эвенков, укоренённому в сознании эт-

носа, несмотря на атеизм, характерный для современного китайского сознания.

Третий этап творчества писателя обращён к его попыткам составить сугубо этнографические свидетельства о жизни китайских эвенков².

Заключение. «Эвенкийская тема» стала значимым явлением современной китайской литературы, внесла вклад в этнографические исследования эвенкийской культуры. Как представитель древнего этноса, столкнувшегося с воздействием современной цивилизации, Ужерту с каждым новым этапом творчества все глубже осознавал ответственность перед своим народом, пытаясь использовать литературу для фиксации и сохранения его уникальной культуры. Можно с уверенностью говорить, что в «эвенкийских» произведениях Ужерту использованы основные типологические приёмы художественной этнографии: создание образов восприятия инокультуры (ханьской), отражение традиционных религиозных представлений и мифологической картины мира, описание бытовых и промысловых обычаев и ритуалов. Ужерту с грустью фиксирует процессы окитаивания эвенков, их растворения в ханьской культуре и быте.

Развитие эвенкийского направления продолжилось в творчестве писателя-эвенка Тукэдуна Циншэна, создавшего образ эвенка-патриота, героя антияпонского сопротивления («Шаманское солнце»), и в творчестве китайской писательницы Чи Цзыцзянь в романе «Правый берег реки Аргунь». Изучение образа восприятия эвенков в этих произведениях представляет дальнейшую перспективу данного исследования.

Список литературы

1. Сей Инь. Шаманизм в Северо-Восточной Азии. Пекин: Китайское общественное науч. изд-во, 1998. 260 с. @@ 色音. 东北亚的萨满教. 北京: 中国社会科学出版社, 1998. 260 页.
2. Ощепков А. Р. Имагология // Знание. Понимание. Умение. 2010. № 1. С. 251–253.
3. Поляков О. Ю. Принципы культурной имагологии Даниэля-Анри Пажо // Филология и культура. 2013. № 2. С. 181–184. 282 页.
4. Забияко А. А., Сенина Е. В. Художественный образ восприятия инокультуры как категория имагопоэтики // Социальные и гуманитарные науки на Дальнем Востоке. 2021. Т. XX, Вып. 1. С. 166–171.
5. Пажо Д. А. От культурного образа к коллективному воображению. Пекин: Изд-во Пекинского ун-та, 2001. 282 с. @@ 达尼埃尔·亨利·巴柔. 从文化形象到集体想象物. 北京: 北京大学出版社, 2001. 282 页.
6. Забияко А. А., Сенина Е. В. Образы восприятия Китая и китайцев в советской литературе и публицистике 1920–1940 гг. // Rossica Olomucensia. Olomouc. 2019. Vol. LVIII. No. 1. Pp. 67–86.
7. Zabiyaiko A. A. Image soft the Russian Literary Ethnography of Manchuria in the First Half of the 20-th Century // Aoyama Journal of International Studies. 2021. No. 8. Pp. 61–78. DOI: 10.34321/21713.

¹ Ужерту. Шаман, наш шаман: рассказы. – Синин: Народное изд-во Цинхай, 2014. – С. 185. = 乌热尔图. 萨满, 我们的萨满: 小说集. – 西宁: 青海人民出版社出版年, 2014. – 页. 185.

² Ужерту. Рассказы об эвенках. – Пекин: Юньфан, 1995. – 455 с. = 乌热尔图, 《述说鄂温克》, 远方出版社, 1995. – 455 页.

8. Чжао Яньхуа, Баоинь. Исследование эвенкийской литературы. Пекин: Народное изд-во, 2013. 315 с. @@ 赵延安, 宝音. 鄂温克族文学研究. 北京: 人民出版社, 2013. 315 页.
9. Люй Гуантян. Исследование примитивных социальных форм северных народов. Иньчуань: Народное изд-во Нинся, 1981. 266 с. @@ 吕光天. 北方民族原始社会形态研究. 银川: 宁夏人民出版社, 1981. 266 页.
10. Ли Дэжжу. Краткая история эвенков. Пекин: Национальный издательский дом, 1986. 513 с. @@ 李德洙. 鄂温克族简史. 北京: 民族出版社, 1986. 513 页.
11. Цю Пуй. Исследование шаманизма. Шанхай: Шанхайское народное изд-во, 1985. 180 с. @@ 秋浦. 萨满教研究. 上海: 上海人民出版社, 1985. 180 页.
12. У Бинан. Таинственный мир шаманов. Шанхай: Шанхайский книжный магазин, 1990. 286 с. @@ 乌丙安. 神秘的萨满世界. 上海: 上海三联书店, 1990. 286 页.
13. Манду Эрту, Чао Кэ, Ван Личжэнь. Эвенкийский шаманизм // Вестник центрального национального университета. 2000. № 6. С. 21–25. @@ 满都尔图与, 朝克, 和汪立珍. 鄂温克族萨满教卷 // 中央民族大学学报. 2000. № 6. 页. 21–25.
14. Мэн Хуэйин. Исследование шаманизма северного этноса Китая. Пекин: Китайское общественное научное изд-во, 2000. 384 с. @@ 孟慧英. 中国北方民族萨满教研究. 北京: 社会科学文献出版社, 2000. 384 页.
15. Ши Луго (Широкогоров С. М.). Социальная организация северных тунгусов. Хух-хото: Народное изд-во Внутренней Монголии, 1984. 753 с. @@ 史录国. 北方通古斯的社会组织. 呼和浩特: 内蒙古人民出版社, 1984. 753 页.
16. Василевич Г. М. Эвенки. Историко-этнографические очерки (XVIII – начало XX в.). Л.: Наука, 1969. 305 с.
17. Забияко А. П., Кобызов Р. А., Мазин А. И. Шаманизм эвенков Приамурья и Южной Якутии (современное состояние) // Традиционная культура Востока Азии. Благовещенск: Изд-во АМГУ, 2002. Вып. 4. С. 304–309.
18. Забияко А. А. Материальная и духовная культура эвенков в художественной этнографии амурских писателей // Филологическая регионалистика, 2012. № 1. С. 12–31.
19. Тун Цинбинь. Детский опыт писателя и его влияние на творчество // Литературное обозрение. 1993. № 4. С. 3–7. @@ 童庆炳. 作家的童年经验及其对创作的影响 // 文学评论. 1993. № 4. 页. 3–7.
20. Забияко А. А., Забияко А. П. Фольклор русского населения Трёхречья как способ сохранения этничности // Русские Трёхречья: основы сохранения этнической самобытности. Новосибирск: Изд-во ИАЭТ СО РАН, 2017. С. 210–252.
21. Бао Гуймен. Вчерашний охотник: диалог с эвенкийским писателем Ужерту // Китайская нация. 2007. № 12. С. 16–19. @@ 宝贵敏. 巴义尔: 《昨日的猎手—与鄂温克族作家乌热尔图的对话》, 北京: 中国民族出版社, 2007. 页. 16–19.
22. Забияко А. А., Сенина Е. В. Образы восприятия русских эмигрантов в китайской литературе 1920–1940 гг. // Emigrantologia Slowian. Opole. 2016. No. 2. Pp. 19–32.
23. Забияко А. П., Аниховский С. Э., Воронкова Е. А., Забияко А. А., Кобызов Р. А. Эвенки Приамурья: оленная тропа истории и культуры. Благовещенск: Одеон, 2012. 384 с.
24. Конг Фаньчжи. Древние народы эвенки Аолу. Тяньцзинь: Изд-во древних книг Тяньцзиня, 1989. 93 с. @@ 孔繁志. 敖鲁古雅的鄂温克人. 天津: 天津古籍出版社, 1989. 93 页.

Информация об авторе

Дэн Голун, аспирант, Амурский государственный университет; 675027, Россия, г. Благовещенск, Игнатьевское шоссе, 21; e-mail: 412687814@gg.com; <https://orcid.org/0000-0003-3225-1608>.

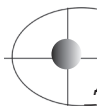
Для цитирования

Дэн Голун. Образ восприятия эвенков в художественной этнографии китайских писателей (на материале творчества Ужерту) // Гуманитарный вектор. 2022. Т. 17, № 1. С. 8–18. DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-8-18.

Статья поступила в редакцию 20.08.2021; одобрена после рецензирования 30.10.2021; принята к публикации 05.11.2021.

References

1. Sej, In'. Shamanism in Northeast Asia. Pekin: Kitajskoeobshh. nauch. izd-vo, 1998. (In Chin.)
2. Oshchepkov, A. R. Imagology. Knowledge. Understanding. Skill, no. 1, pp. 251–253, 2010. (In Rus.)
3. Polyakov, O. Yu. Principles of Cultural Imagology by Daniel-Henri Pazho. Philology and Culture, no. 2, pp. 181–184, 2013. (In Rus.)
4. Zabiyaiko, A. A., Senina E. V. The artistic image of the perception of a foreign culture as a category of imagopoetics. Social and human sciences in the Far East, vol. XVIII, no. 1, pp. 166–171, 2021. (In Rus.)



5. Pazho, D. A. From Cultural Image to Collective Imagination. Pekin: Izd-vo Pekinskogo un-ta, 2001. (In Chin.)
6. Zabiako, A. A., Senina, E. V. Images of the Perception of China and the Chinese in the Soviet Literature and Journalism of the 1920s-1940s. *Rossica Olomucensia*, no. 1, vol. LVIII, pp. 67–86, 2019. (In Rus.)
7. Zabiako, Anna A. Images of the Russian Literary Ethnography of Manchuria in the First Half of the 20th Century. *Aoyama Journal of International Studies*, no. 8, pp. 61–78, 2021. (In Engl.)
8. Chzhao, Jan'hua, Bao'in'. Study of Evenk Literature. Pekin: Narodnoe izd-vo, 2013. (In Chin.)
9. Ljuj, Guantjan. Study of primitive social forms of northern peoples. In 'chuan': Narodnoe izd-vo Ninsja, 1981. (In Chin.)
10. Li, Dezhu. A brief history of the Evenks. Pekin: Natsionalnyi izdatel'skiy dom, 1986. (In Chin.)
11. Cju, Puj. Research on shamanism. Shanhai: Shankhaiskoe narodnoe izd-vo, 1985. (In Chin.)
12. U, Binan. The mysterious world of shamans. Shanhai: Shankhaiskiy knizhnyi magazin, 1990. (In Chin.)
13. Mandu, Jertu, Chao Kje, Van Lichzhjen'. Evenk shamanism. *Central National University Bulletin*, no. 6, pp. 21–25, 2000. (In Chin.)
14. Mjen, Hujejin. A study of the shamanism of the northern ethnoses of China. Pekin: Kitaiskoe obshchestvennoe nauchnoe izd-vo, 2000. (In Chin.)
15. Shi, Lugo (Shirokogorov S. M.) Social organization of the Northern Tungus. Huh-hoto: Narodnoe izd-vo Vnutrennei Mongolii, 1984. (In Chin.)
16. Vasilevich, G. M. Evenki. Historical and ethnographic essays (XVIII – early XX centuries). L: Nauka, 1969. (In Rus.)
17. Zabiako, A. P., Kobyzov, R. A., Mazin, A. I. Shamanism of the Evenks of the Amur region and South Yakutia (current state). In *Traditional culture of the East of Asia*. Blagoveshchensk: Amur State University, 2002: 304–309. (In Rus.)
18. Zabiako, A. A. Material and spiritual culture of the Evenki in the artistic ethnography of Amur writers. *Philological regionalistics*, no. 1, pp. 12–31, 2012. (In Rus.)
19. Tun, Cinbi'. Children's experience of the writer and its influence on creativity. *Literature review*, no. 4, pp. 3–7, 1993. (In Chin.)
20. Zabiako, A. A. Folklore of the Russian population of the Three Rivers as a way of preserving ethnicity. In *Russian Three Rivers: the basics of preserving ethnic identity*. Novosibirsk: IAET SO RAN, 2017: 210–252. (In Rus.)
21. Bao, Gujmen. Yesterday's hunter: a dialogue with the Evenk writer Uzhertu. *Chinese nation*, no. 12, pp. 16–19, 2007. (In Chin.)
22. Zabiako, A. A., Senina E. V. Images of the Perception of Russian Emigrants in Chinese Literature of the 1920s-1940s. *Emigrantologia Slowian*, no. 2, pp. 19–32, 2016. (In Rus.)
23. Zabiako, A. P., Anikhovskiy, S. E., Voronkova, E. A., Zabiako, A. A., Kobyzov, R. A. Evenki Priamurye: a reindeer trail of history and culture. Blagoveshchensk: Odeon, 2012. (In Rus.)
24. Kong, Fanzhi. Ancient peoples of the Evenki Aolu. Tjan'czin': Izdatel'stvo drevnikh knig Tjan'czinja, 1989. (In Chin.)

Information about author

Deng Guo Long, Postgraduate Student, Amur State University; 21 Ignatievskoe sh., Blagoveshchensk, 675027, Russia; e-mail: 412687814@gg.com; <https://orcid.org/0000-0003-3225-1608>.

For citation

Deng Guo Long. The Image of the Perception of the Evenki in the Artistic Ethnography of Chinese Writers (Based on the Material of the Work by Uzhertu) // *Humanitarian Vector*. 2022. Vol. 17, No. 1. PP. 8–18. DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-8-18.

Received: August 20, 2021; approved after reviewing October 30, 2021; accepted for publication November 5, 2021.

Научная статья

УДК 821.161.1

DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-19-28

**Образ восприятия японцев и Японии в дореволюционном
опыте художественной рефлексии:
жанрологический аспект**

Анна Анатольевна Забияко¹, Ван Юйци²

^{1,2}Амурский государственный университет, г. Благовещенск, Россия

¹sciencia@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-8520-930X>

²ivan_yuytsi@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-7891-115X>

Актуальность исследования обусловлена интересом современного литературоведения к имагологическим аспектам исследования художественного текста. Новизна определяется жанрологическим подходом к изучению образа восприятия Японии и японцев в русской дореволюционной литературе, введением в научный оборот неизвестных ранее текстов, сравнительным анализом повествовательных стратегий, определяющих жанровую специфику каждого текста. Цель – экспликация жанрового своеобразия произведений о Русско-японской войне, определяющего ракурс дореволюционной художественной рецепции образа восприятия Японии и японцев в России. В основе методологии – междисциплинарный подход. Авторы опираются на российские и китайские труды по истории российско-японских отношений, этнографии Японии, этнопсихологии, религиоведению, на широкий контекст имагологических исследований; применяют такие методы, как: историко-литературный, сравнительно-исторический, имманентного анализа. В основе анализа текстов – современные работы, касающиеся проблем жанрологии. В статье прослеживается путь трансформации образов восприятия Японии и японцев в русской литературе с середины XIX в. до 10-х гг. XX в.: от первых травелогов к ура-патриотическим заметкам в периодических изданиях и далее к «пацифистской» беллетристике и поствоенным художественным опытам – шпионскому детективу А. И. Куприна, военным дневникам В. В. Вересаева, детской этнографической повести И. И. Митропольского и т. д. Делается вывод о том, что трагический и бесславный опыт Русско-японской войны не только расширил горизонты научного постижения Японии и японцев российскими учёными, но и открыл художественные возможности новых жанрологических форм этнокультурного и этнопсихологического опыта самопознания русскости и русских.

Ключевые слова: художественный образ восприятия, японцы, Русско-японская война, жанрология, этничность, стереотипизация

Благодарность: Исследование выполнено при финансовой поддержке гранта РФФИ № 20-012-00318 «Образы России и Китая в художественной этнографии (по материалам русской и китайской литературы, публицистики Маньчжурии 20–40-х гг. XX в.)».

Original article

**The Image of the Perception of the Japanese and Japan
in the Pre-Revolutionary Experience of Artistic Reflection:
The Genre Aspect**

Anna A. Zabiyako¹, Wang Yuqi²

^{1,2}Amur State University, Blagoveshchensk, Russia

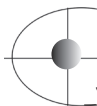
¹sciencia@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-8520-930X>

²ivan_yuytsi@mail.ru, <https://orcid.org/0002-7891-115X>

The relevance of the research is determined by the interest of modern literary criticism in the imagological aspects and the problem of developing a research strategy in relation to this kind of texts. The novelty of the work is defined by the genre approach to the study of the image of perception of Japan and the Japanese in Russian pre-revolutionary literature dedicated to the events of the Russian-Japanese war, the introduction of previously unknown texts into scientific circulation, a comparative analysis of narrative strategies that determine the genre specificity of each text. The purpose of the work is to explicate the genre originality of works on the Russian-Japanese war, which determines the perspective of the pre-revolutionary artistic reception of the image of perception of Japan and the Japanese in Russia. The methodology is based on an interdisciplinary approach that underpins the imagological paradigm of research. The authors rely on Russian and Chinese works on the history

© Забияко А. А., Ван Юйци, 2022





of Japan, Russian-Japanese relations, ethnography of Japan, ethnopsychology, religious studies, on the broad context of imagological research; apply historical-literary, comparative-historical, immanent analysis methods. The complex research is based on modern works concerning the problems of genre studies. The article traces the path of transformation of perceptions of Japan and the Japanese in Russian literature since the middle of the 19th century to the beginning of 20th century which is determined by the genre task of the works: from the first travelogues to the jingoistic notes in periodicals and further to "pacifist" fiction and post-war artistic experiences – the spy and detective text by A. I. Kuprin, the military diaries by V. V. Veresaev, a children's ethnographic story by I. I. Mitropolsky. We conclude that the tragic and inglorious experience of the Russian-Japanese war pushed the horizons of not only the scientific comprehension of Japan and the Japanese by Russian scientists but also giving development to various genres of Russian literature opened the artistic possibilities of new ethnocultural and ethnopsychological experiences of self-knowledge of Russianness and Russians.

Keywords: artistic image of perception, Japanese, Russian-Japanese war, genre studies, ethnicity, stereotype

Acknowledgments: The study is supported by a grant from the Russian Foundation for Basic Research, project no. 20-012-00318. The theme of the project is "Images of Russia and China in artistic ethnography (based on materials from Russian and Chinese literature, journalism of Manchuria of the 1920s – 1940s)".

Введение. Начало этнографического и одновременно художественного постижения Японии русским культурным сознанием было положено в середине XIX в. травелогами писателей-путешественников – И. А. Гончарова (1858), С. В. Максимова (1864), В. Крестовского (1887), А. В. Елисеева (1893–1898) и др. [1–4]. Художественное задание «путевых заметок» предполагало заинтересованность в познании чужого народа – его обычаев, бытовых привычек, языка, религии. На протяжении периода бурных реформ в последующее столетие Япония и японцы стремительно менялись, на глазах вбирая и усваивая на свой манер достижения европейской цивилизации и культуры. Русские исследователи второй половины XIX в. пытались всесторонне постичь сущность происходивших в Японии социально-политических, этнорелигиозных, этнокультурных процессов¹ [5]. Хотя оценки японцев, даваемые русскими ориенталистами, были далеко не полны и теоретически недостаточно фундированы, они заслуживают внимания как серьезная предпосылка к формированию проблемного пространства исследования японского национального характера, расширенного русскими ориенталистами на рубеже веков [Там же].

¹ Венюков М. И. Обзорение японского архипелага в современном его состоянии: в 2 ч. – СПб.: Скоропечатня Ю. О. Шрейера, 1871; Воейков А. Очерки из путешествия по Индии и Японии. – СПб.: Императорский Рус. геогр. о-во, 1878. – 95 с.; Краснов А. Н. Чайные округа субтропических областей Азии. Культурно-географические очерки Дальнего Востока: в 2 ч. – СПб.: Тип. Главного управления уделов, 1897–1898; Воллан Г. де. В стране восходящего солнца. Очерки и заметки о Японии. – СПб.: Тип. А. С. Суворина, 1903. – 504 с.; Япония и её обитатели. – СПб.: Брокгауз и Ефрон, 1904. – 362 с.; Анучин Д. Н. Япония и японцы. Географический, антропологический и этнографический очерк. – М., 1907.

События Русско-японской войны обнажили не столько проблемы научного японоведения, сколько – внутреннюю социально-политическую слабость России: ущербность государственного аппарата и идеологические просчёты (предубеждение царского правительства против японцев, слабость военного руководства, отсутствие патриотической идеи, шовинистические настроения начала века, определившие полное непонимание российским общественным сознанием всей мощи противника, незнание его национального характера и неуважение к японцам) [6].

В. Вересаев, очевидец и участник военных событий, напишет о формировании образа врага официальной властью в первые месяцы войны, весьма красочно передавая шапкозакладательские и шовинистические настроения, льющиеся со страниц предвоенной и первых дней войны публицистики – «испуганные макаки» с разбитыми носами, устрашающие образы России и русских². Лишь после поражения русских кораблей у Чемульпо в роскошно иллюстрированном еженедельнике «Летописи войны с Японией» будет размещена заметка, посвящённая непосредственно этническому характеру японцев³. Однако и в ней, в первую очередь, актуализировался характерный для травелогов и карикатурных заметок концепт «отсталости» «нецивилизованных» японцев от европейского мира, их «подражательности», «безынициативности». Автор заметки констатировал: «Теперьшний наш враг, японец, представляет собой величину неопределён-

² Вересаев В. На японской войне. Живая жизнь. – Минск: Народная асвета, 1988. – С. 149, 153.

³ Моральный элемент в борьбе с азиатом // Летопись войны с Японией. – 1904. – № 4. – С. 67–69.

ную, почти неизвестную, знакомую нам понаслышке»¹.

Безусловно, череда последующих военных поражений русской армии 1904 г. даёт мощный импульс отечественному японоведению [7]. Ужас и недоумение от первых сокрушительных поражений русской армии и флота поначалу повлечёт пацифистские, проникнутые православным смирением писательские настроения [8]².

Однако весьма скоро российское культурное и общественное сознание учтёт негативный опыт тех событий. По горячим следам батальных фрустраций из печати практически одновременно выйдут документальные материалы генерала А. Н. Куропаткина³, воспоминания Е. И. Мартынова⁴. И, фактически опережая военную аналитику, в январском номере «Мира Божьего» в 1906 г. будет опубликован рассказ А. И. Куприна «Штабс-капитан Рыбников»⁵, положивший начало самым разным жанровым стратегиям в художественной рецепции не только образа японца-противника, но и особенностей восприятия японцев разными слоями российского общества, самовосприятия русскости.

Методология и методы исследования. В основе исследования – междисциплинарный подход, предполагающий опору на материалы по этнографии, этнопсихологии, истории, историографии, поэтике. Авторы применяют историко-генетический метод в историографической и источниковедческой части исследования [4; 7; 9] русско-японских, китайско-японских, китайско-русских отношений второй половины XIX – начала XX в. [10–14], истории Русско-японской войны [15–21]; используют источниковедческую практику изучения архивных текстов; применяют историко-литературную, сравнительно-литературную па-

радигму [22–25] и метод имманентного анализа произведений А. И. Куприна, И. И. Митропольского и др.; учитывают современные подходы к проблемам жанра [26]. В процессе исследования уточняются уже апробированные имагологические подходы к образу японцев [8; 27]. Авторы опираются на трактовку категорий «художественный образ восприятия» [28] и «культурный образ» Д.-А. Пажо [29].

Результаты исследования и их об- суждение. Сюжет рассказа А. И. Куприна «Штабс-капитан Рыбников» основан на одном из реальных фактов процветающего в годы войны японского шпионажа [16, с. 20–23]. События начинаются в день, когда «ужасный разгром русского флота у острова Цусима приближался к концу и когда об этом кровавом торжестве японцев пронесли по Европе лишь первые, тревожные, глухие вести»⁶, а заканчиваются на следующий, то есть приблизительно 27–28 мая 1905 г.

Писатель выступает практически как военный следователь и одновременно уголовный хроникёр, используя при этом разнообразные приёмы создания образа японского шпиона и закручивая интригу, связанную с его раскрытием. В первую очередь, «свидетельские показания» квартирной хозяйки, санитаров, врачей, штабных офицеров (в форме несобственно-прямой речи), в которых мнимый Рыбников представлен под личиной провинциального вояки⁷ и т. д.

Автор филигранно запечатлевает механизм проникновения японского разведчика в основы этнокультурной стереотипизации. Рыбников непримечателен, в его внешнем облике можно предположить наличие азиатских кровей, что типично для русских служаек средней руки, приезжающих с Дальнего Востока: «Сбоку это было обыкновенное русское, чуть-чуть калмыковатое лицо»⁸; «Ведь на Урале и среди оренбургского казачества много именно таких монгольских шафранных лиц»⁹.

Образ штабс-капитана, должного казаться «суетливым, смешным и несуразным человеком», «хамом», выстроен с учётом всех признаков «русскости»: это портретные характеристики, «вещный мир» («портплед

¹ Моральный элемент в борьбе с азиатом // Летопись войны с Японией. – 1904. – № 4. – С. 67–69.

² Белорецкий Г. На войне // Русское богатство. – 1905. – № 2. – С. 20–214; № 3. – С. 5–6; Белорецкий Г. В чужом пиру // Русское богатство. – 1905. – № 10. – С. 97–100; Дерман А. Вернулся // Мир Божий. – 1905. – № 10. – С. 91–105; Ковальский К. А. Из жизни рядового Семёна Незабудкина // Русское богатство. – 1905. – № 11–12. – С. 257–284.

³ Куропаткин А. Н. Отчёт генерал-адъютанта Куропаткина о войне с Японией: в 4 т. – Варшава: Тип. Окружного штаба, 1906–1907.

⁴ Мартынов Е. И. Из печального опыта Русско-японской войны. – СПб.: Военная типография, 1906. – 176 с.

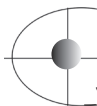
⁵ Куприн А. И. Штабс-капитан Рыбников // Мир Божий. – 1906. – № 1.

⁶ Куприн А. И. Штабс-капитан Рыбников // Собрание сочинений: в 6 т. Т. 4. Произведения 1905–1914 гг. / А. И. Куприн. – М.: Гос. изд-во худож. лит., 1958. – С. 5.

⁷ Там же. – С. 6.

⁸ Там же. – С. 12.

⁹ Там же.



с одеялом и подушкой, дорожный несессер и дешёвый новенький чемодан, в котором было бельё и полный комплект штатского платья»¹), жестовые самохарактеристики («офицер прокашлялся, сплюнул вбок на пол»²), поведенческие клише. Рыбников неприятен – всех раздражает его «суетливая и нервная развязность, его запуганность, странно граничившая с наглостью, его глупость и привязчивое праздное любопытство выводили из себя людей, занятых важной и страшно ответственной бумажной работой»³, его хотят скорее забыть.

«Обычность» русского офицера среднего чина закрепляется формами квази-косвенной речи: «Все уже знали наизусть, что он служил в корпусном обозе, под Ляояном контужен в голову, а при Мукденском отступлении ранен в ногу. Почему он, чёрт меня возьми, до сих пор не получает пособия?! Отчего ему не выдают до сих пор суточных и прогонных? А жалованье за два прошлых месяца? Абсолютно он готов пролить последнюю, чёрт её побери, каплю крови за царя, престол и отечество, и он сейчас же вернётся на Дальний Восток, как только заживёт его раненая нога. Но – сто чертей! – проклятая нога не хочет заживать... Вообразите себе – нагноение! Да вот, посмотрите сами»⁴. Рыбников сыплет поговорками, анекдотами, вульгаризмами, просторечиями: «Дер-р-балызнул я сегодня», «Ага» и т. д.⁵ Нагромождение междометий-паразитов, риторических восклицаний («Хемм!..», «Ага», «Что? Неправда?» и т. д.) должно продемонстрировать путаность мысли малообразованного, фамильярного и кичливого офицеришки. Этот штабс-капитан «приехал с полей сражений, в его фразах мелькают знаковые маньчжурские топонимы (Харбин, Мукден, Ляонин). Потому он имеет право на критические реплики в адрес военного руководства кампанией»⁶.

Только находящийся внутри культуры, то есть «типичный представитель этнокультуры», владеет её анекдотическим потенциалом [30]. Рыбников постоянно сыплет «русскими» анекдотами на тему войны. Ре-

чевая стратегия штабс-капитана провоцирует окружающих, заставляя изживать в общении с ним чувство вины перед воевавшими: «Просто-напросто, по-человечески, хотелось его успокоить, осведомить и ободрить, и оттого с ним говорили откровеннее, чем с другими»⁷.

Казалось бы, процесс стереотипизации, аккумулирующий все признаки «русскости», в образе Рыбникова успешно осуществлён. Однако это именно образ восприятия русского, учитывающий, в первую очередь, этнокультурные клише и негативные стереотипные характеристики, «злая и верная карикатура на русского забубённого армейца»⁸. Парадоксально, но именно такой аспект присущ критическому модусу самовосприятия русских, их стремлению к самозамалению – потому «чистенькие, выхолненные штабные офицеры» говорили о Рыбникове «с благородной горечью»:

– И это русские офицеры! *Посмотрите на этот тип*. Ну, разве не ясно, почему мы проигрываем сражение за сражением? *Тупость, бестолковость, полное отсутствие чувства собственного достоинства...* Бедная Россия!... (курсив наш – авт.)⁹.

Куприн не останавливается на этапе «клиширования» русскости. Писатель создаёт стереоскопический образ восприятия Рыбникова, пропуская его не только сквозь призму обывательской рецепции, но и через восприятие изощрённого «собирателя человеческих документов, коллекционера редких и странных проявлений человеческого духа» Щавинского.

Сама методика Щавинского-бытописателя соответствует требованиям, предъявляемым этнографам и антропологам при сборе полевого материала с реципиентами – способности встать на точку зрения «другого»¹⁰. Именно Щавинский улавливает, что «русскость» в штабс-капитане с её «унизительным попрошайничеством, армейской грубостью и крикливым патриотизмом», с избыточным гоголевским самоназванием, «пословичным безумием», истовостью в вере – гипертрофирована, чрезмерна¹¹. Он интуитивно чувствует в Рыбникове «чужого». В сознании журналиста (приёмом

¹ Куприн А. И. Штабс-капитан Рыбников // Собрание сочинений: в 6 т. Т. 4. Произведения 1905–1914 гг. / А. И. Куприн. – М.: Гос. изд-во худож. лит., 1958. – С. 5.

² Там же. – С. 10.

³ Там же. – С. 12.

⁴ Там же. – С. 6.

⁵ Там же. – С. 11.

⁶ Там же.

⁷ Там же. – С. 6.

⁸ Там же. – С. 19.

⁹ Там же. – С. 7.

¹⁰ Там же. – С. 11.

¹¹ Там же. – С. 13.

повтора) актуализируются пугающие зооморфные, тероморфные и даже иночеловеческие (дьявольские) признаки «Рыбникова» – «злобного, насмешливого, умного, даже высокомерного, но не человеческого, а скорее звериного, а ещё вернее – лица, принадлежащего существу с другой планеты»¹.

Сюжетная линия несостоявшегося разоблачения Рыбникова строится на поединке признаков «русскости» и «японскости»². Но проблема в том, что в сознании «страстного охотника и добровольного сыщика» Щавинского противостоят этнокультурные клише о японцах и русских, а не объективные представления – с присущей русской либеральной интеллигенции установкой негативно воспринимать «своё» и идеализировать «чужое». Журналист проигрывает потому, что видит перед собой не просто равного, но превосходящего его представителя инокультуры, пусть даже – со «звериной», «инопланетной» природой.

Щавинский досадует на назойливую «русскость» Рыбникова, но внутренне именно так эту «русскость» он воспринимает и сам. Зато «японскость» остаётся для Щавинского и читателей terra incognita, но со знаком плюс: «я преклоняюсь пред вашей отвагой, то есть, я хочу сказать, перед безграничным мужеством японского народа. Иногда, когда я читаю или думаю об единичных случаях вашей чертовской храбрости и презрения к смерти, я испытываю дрожь восторга. Какая, например, бессмертная красота и божественная дерзость в поступке этого командира расстрелянного судна, который на предложение сдать молча закурил папироску и с папироской в зубах пошёл ко дну. Какая необъятная сила и какое восхитительное презрение к врагам. <...> Ах, чёрт, красиво!»³.

Психологически закономерно, что «экспертами» в разоблачении Рыбникова становятся забулдыга-репортёр Пеструхин и проститутка Клотильда. Первый – потому, что, будучи постоянно пьян, не имеет возможности ощутить тонкости шпионской игры и, очнувшись ненадолго, непосредственно реагирует на того, кого видит перед собой: «А, японская морда, ты ещё здесь? – сказал он пьяным голосом, едва шевеля ртом. – Пого-

вори у меня еще!»⁴. Аналогичный механизм восприятия действует в сознании необременённой «литературностью», «культурными стереотипами» и военной прояпонской мифологией простой русской женщины, не лишённой профессиональной наблюдательности: «А знаешь, ей-богу, ты похож на япончика. И знаешь на кого? На микаду. У нас есть портрет. Жаль, теперь поздно, а то бы я тебе показала. Ну, вот прямо как две капли воды»⁵.

Клотильда оперирует весьма важным интегратором этничности – сексуальной культурой. «Её бедный маленький ум» не может уловить причины инаковости умений и темперамента её клиента. Однако она чётко осознала в нём сильного, привлекательного, но «чужого самца»⁶.

Несмотря на «шпионство», а значит, заведомую враждебность по отношению к русским и вполне заслуживаемое негативное восприятие, Рыбников не отрицательный персонаж не только в сознании Щавинского, но и самого автора, если не брать в расчёт его иронию по отношению к романтической экзальтации репортёра. Омори Масако считает, что «Куприн написал этот рассказ после войны, т. е. ретроспективно. Поэтому думается, что в Рыбникове совмещены звериный, нечеловеческий образ врага, сформировавшийся в массовом сознании и отражающийся в карикатуре военного периода, и “новый привлекательный” образ, черты которого стали проявляться в связи с комплексом неполноценности русских после поражения в войне» [31, с. 210]. Но А. И. Куприн много глубже. Детективная форма помогает писателю «исследовать» не столько образ японца (он остаётся в ореоле мифологических этнокультурных «самурайских» клише), сколько образ самовосприятия русскости – столь неприятной либеральной интеллигенции «русопятисти», вкуче со столь присущим русским преклонение перед чужой культурой.

В целом перед нами, безусловно, жанровая мимикрия, предлагаемая автором в качестве художественного приёма. Заявленный как шпионский рассказ, «Штабс-капитан Рыбников» таковым не является – это игра в детектив на фоне мощного этнопсихологического анализа образа «чужого», а именно – японца с точки зрения самых разных слоёв русского общественного сознания и образа

¹ Куприн А. И. Штабс-капитан Рыбников // Собрание сочинений: в 6 т. Т. 4. Произведения 1905–1914 гг. / А. И. Куприн. – М.: Гос. изд-во худож. лит., 1958. – С. 11, 12.

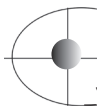
² Там же. – С. 12.

³ Там же. – С. 23.

⁴ Там же. – С. 16.

⁵ Там же. – С. 35.

⁶ Там же. – С. 37.



«своего», русского, основанного на автостереотипах и установках самовосприятия.

Тема рефлексии событий войны сквозь призму оппозиции «официальный/реальный образ японца» будет продолжена в жанре военных записок В. Вересаева (1906)¹ и Н. Г. Гарина-Михайловского (1916)², которые во многом были нацелены на развенчание пропагандистской военной риторики проправительственной прессы, низводящей образ японцев до «диких макаков».

В 1913 г. в Москве публикуется «повесть из манджурской жизни (из эпохи Русско-японской войны)» «Маленький манза»³. Её автор, Иван Иванович Митропольский (1872 – после 1917 г.), к этому времени уже известный журналист [32]. В период Русско-японской войны под его редакцией выходил журнал «Война с Японией» (1904).

С 1904 по 1905 г., находясь на службе в Маньчжурской армии, И. И. Митропольский прошёл военными дорогами Северную и Южную Маньчжурию и знал, кто такие манзы, кто – японцы, не понаслышке [32]. Китай в эти годы переживает революционные потрясения (1911–1913), а Япония и Россия для укрепления Соглашения 4 июля 1910 г. заключают Секретную русско-японскую конвенцию 25 июня 1912 г. [10; 33].

Повесть И. И. Митропольского – не просто военная повесть. Это детская этнографическая повесть, аккумулирующая опыт самого писателя в его восприятии китайской и японской инкультуры. Из названия ясно, что главным объект изображения – манза, мальчик-маньчжур⁴, вместе со своей семьёй вовлечённый в военные перипетии. Ли Туймынь не просто главный герой, он повествующий субъект. Благодаря такой организации повествования читатель не только органично погружается в мир маньчжурской деревни, он смотрит на все происходящее, восприни-

мает мир и события сквозь призму сознания маленького маньчжура. Следовательно, его глазами видит и оценивает пришедших на маньчжурскую землю русских и японцев.

«Детская непосредственность» повествования от лица манзы Ли Туймыня апеллирует к искренности и непредвзятости в этнокультурном познании образа «чужого». Японцы не очень отличаются от китайцев внешне, но они полностью чужды китайцам, потому их «восприятие» маленьким маньчжуром основано на принципе остранения: «Я пробрался на улицу и увидел на ней кучку *странных* низкорослых людей, одетых в серые халаты с поднятыми собачьими воротниками. На головах у них были круглые шапки с козырьками и жёлтым околышем. Они шли с ружьями, повешенными на плечо, и заглядывали во все дворы.

– Японцы, – подумал я, *боязливо* посматривая на них. <...>

На двор въехали два японских офицера с чёрными усами, *которые топтырились, как щётки*»⁵.

По своим антропологическим характеристикам русские в восприятии китайского населения должны выглядеть более «чужими», однако в тексте нет ни слова о внешнем восприятии русских китайцами. Их восприятие в сознании Ли Туймыня и его маленькой сестры, их друзей связаны со смехом, улыбками, угощением, желанием понять друг друга.

В отличие от русских японцы знают китайский язык: «Наконец, они подошли и к нашему двору. Я хотел было юркнуть в фанзу, но один из японцев быстро догнал меня и *больно* щёлкнул по голове.

– Когда приходят победители, от них не бегают, – сказал он мне по-китайски»⁶.

Но русский капитан и маленький манза находят общий язык посредством пиджина, выясняя главный вопрос. «Война, зачем?» – спрашивает Ли Туймынь, получая ответ: «Война... плохо...». Ли Туймынь резюмирует: «Война плохо, твоя хороша»⁷.

Маленький манза и его отец «правильно воспринимают» характер пришедших на маньчжурскую землю иноземных народов: русские несут манзам добро и «доброто бога», а японцы – «худые люди», от них

¹ Вересаев В. На японской войне. Живая жизнь. – Минск: Народная асвета, 1988. – 496 с.

² Гарин Н. Г. Дневник во время войны // Полное собрание сочинений: в 8 т. Т. 6 / Н. Г. Гарин. – Петроград: Изд. т-ва «А. Ф. Маркс», 1916. – 291 с.

³ Митропольский И. Маленький манза. Повесть из манджурской жизни (из эпохи русско-японской войны). – М.: Изд. книжного склада М. В. Клюкина, 1913. – 84 с.

⁴ Манза (мн. манзы, очевидно, от иероглифа маньцзу – кит. «маньчжур») – так на Дальнем Востоке называли жителей Северной Маньчжурии (китайцев, маньчжуров) [34, с. 86]. И. Митропольский пишет в комментарии: «Манза – маньчжур-крестьянин». См.: Митропольский И. Маленький манза. Повесть из манджурской жизни (из эпохи русско-японской войны). – М.: Изд. книжного склада М. В. Клюкина, 1913. – С. 3.

⁵ Митропольский И. Маленький манза. Повесть из манджурской жизни (из эпохи русско-японской войны). – М.: Изд. книжного склада М. В. Клюкина, 1913. – С. 65.

⁶ Там же.

⁷ Там же. – С. 27.

только зло и разрушение. Несмотря на то, что и русские, и японцы – чужаки в Маньчжурии, русские дают маньчжурским детям сахар и печенье, а японцы – «колотушку». Русские платят «и за фанзу, и за гаолян, и чумизу», японцы берут всё, что им нужно, а непослушных карают.

Именно такими хочет видеть японцев глазами китайцев русский писатель, бывший офицер. При этом И. И. Митропольский не пренебрегает объективными данными о том, что китайцы во время Русско-японской войны зачастую помогали японцам, выступая своеобразной «пятой колонной» [20], брат отца Лу Чжень как раз занимает враждебную позицию по отношению к русским и идёт на службу к хунхузам, которые сотрудничают с японцами и информируют о передвижении русских войск.

Модус восприятия японца в сознании маленького манзы становится эмоциональной проекцией формирования образа восприятия китайца (маньчжур) в сознании русского читателя. Присущая запискам-травелогам и основанная зачастую на внешних наблюдениях оппозиция «китаец (манза)/японец» по признакам «неразвитый/развитый», «грубый/утончённый», «некрасивый/красивый», в повести И. Митропольского об-

ретаает амбивалентное содержание «располагающий/странный», «симпатичный/отталкивающий», «бесхитрый (искренний)/коварный», «миролюбивый/агрессивный», «благодарный/неблагодарный».

Заключение. Художественное постижение образа Японии и японцев с середины XIX в. по первые десятилетия XX в. претерпело самые разные жанровые трансформации, обусловленные динамикой развития русско-японского культурного и социально-политического взаимодействия – от открытия Страны восходящего солнца и её жителей, зарождения научного японоведения до военных действий на территории Маньчжурии и последующей рефлексии поражения русской армии.

События Русско-японской войны положили начало развитию разнообразных жанровых стратегий в воплощении образов Японии и японцев – от рассказов в духе народно-демократической прозы к шпионскому детективу, военным дневникам, военно-этнографической повести для детей и др. Однако художественная рецепция образа японца и Японии становится, в первую очередь, мощным стимулом художественного познания русскими писателями – русскости и собственной этничности.

Список литературы

1. Майга А. А. Литературный травелог: специфика жанра // Филология и культура. 2014. № 3. С. 254–259.
2. Алпатов В. М. Образ Японии в России (1850–1945). М.: Изд-во РАН, 2017. 37 с.
3. Краснощекова Е. А. И. А. Гончаров: Мир творчества. СПб.: Пушкинский фонд, 1997. 492 с.
4. Богодерова А. А. Япония в русских травелогах рубежа XIX–XX веков // Русский травелог XVIII–XX веков: между литературой и документом. Новосибирск: Изд-во НГПУ, 2019. С. 52–77.
5. Пронников В. А., Ладанов И. Д. Японцы. Этнографические очерки. М.: Наука, 1983. 270 с.
6. Стелочкина Е. В. Эволюция образа врага в провинции во время русско-японской войны 1904–1905 гг. // Вестник Самарского государственного университета, 2008. № 1. С. 64–70.
7. Федоров М. Япония и японцы: очерк. СПб.: Изд. П. П. Сойкина, 1905. 168 с.
8. Переславцева Р. С. Образ «другого» в произведениях о русско-японской войне 1904–1905 годов // Вестник Новгородского государственного университета. 2016. № 94. С. 59–62.
9. Таксами Ч. М., Косарев В. Д. Кто вы, айны? Очерк истории и культуры. М.: Мысль, 1990. 318 с.
10. Кузнецов А. П. Взаимоотношения Японии с Китаем и Россией с 1894 по 1919 гг.: дис. ... канд. ист. наук: 23.00.02. М., 2013. 325 с.
11. Пу Нин, Яо Гэнцзюнь. Сравнение стратегических решений двух сторон в русско-японской войне // Научное решение. 2007. № 7. С. 51–53. @@ 蒲宁, 姚耕俊. 日俄战争中双方战略决策比较 // 科学决策. 2007. № 7. 页. 51–53.
12. Хуан Цзунлян. Реформа России и китайско-российские, японо-российские отношения // Международные политические исследования. 1995. № 2. С. 74–82. @@ 黄宗良. 俄罗斯的改革与中俄、日俄关系 // 国际政治研究. 1995. № 2. 页. 74–82.
13. Чжао Ян. Краткое обсуждение эволюции японо-российских отношений до русско-японской войны // Сибирские исследования. 2008. № 3. С. 91–94. @@ 赵阳. 简论日俄战争前日俄关系的演变 // 西伯利亚研究. 2008. № 3. 页. 91–94.
14. Юэ Вэй. Суждение об особенностях китайско-российских отношений с 1900 по 1924 год: дис. ... канд. полит. наук: 23.00.02. Пекин, 2007. 327 с. @@ 岳巍. 论1900–1924年中俄关系之特点: 政治系博士学位论文. 北京, 2007. 327 页.



15. Айрапетов О. Р. Пресса и военная цензура в русско-японскую войну // Русско-японская война 1904–1905 гг. Взгляд через столетие. Международный исторический сборник / под ред. О. Р. Айрапетова. М., 2004. С. 341–354.
16. Вотинов А. Японский шпионаж в русско-японскую войну 1904–1905 гг. М.: Воениздат, 1939. 72 с.
17. Гладкая Е. А. Русско-японская война в сознании широких слоёв населения России в начале XX в. // Известия вузов. Северо-Кавказский регион. Серия «Общественные науки». 2008. № 3. С. 68–73.
18. Гладких С. А. О влиянии русско-японской войны 1904–1905 годов на русскую культуру // Русская культура нового столетия: проблемы изучения, сохранения и использования историко-культурного наследия / гл. ред. Г. В. Судаков. Вологда: Книжное наследие, 2007. С. 630–645.
19. Ли Ляньюй. Контекст и влияние русско-японской войны // Журнал Педагогического университета Фуян. Серия «Общественные науки». 1998. № 1. С. 48–54. @@ 李良玉. 略论日俄战争的背景及其影响 // 阜阳师范学院学报. 社会科学版. 1998. № 1. 页. 48–54.
20. Шашкова Ю. О. Отношение китайцев к русской армии в период русско-японской войны 1904–1905 гг. глазами русских военных // Китай: история и современность: материалы VIII Междунар. науч.-практ. конф. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2015. С. 267–271.
21. Дин Лиль. Исследование русско-японской войны в китайской историографии // Журнал Чифэнского университета. Серия «Философия и социальные науки». 2016. № 3. С. 74–76. @@ 丁莉莎. 对日俄战争研究现状述评 // 赤峰学院学报 (汉文哲学社会科学版). 2016. № 3. 页. 74–76.
22. Измайлов А. А. Александр Куприн. Песни земной радости // Критика начала XX века / сост. Е. И. Иванова. М., 2002. С. 220–244.
23. Сюй Сяои, Тан Ихун. Тайна Куприна // Русская литература и искусство. 2000. № 2. С. 69–70. @@ 徐笑一唐逸红. 库普林之谜 // 俄罗斯文艺. 2000. № 2. 页. 69–70.
24. Чжоу Бинсинь. Краткий комментарий к русско-японским военным рассказам А. И. Куприна // Иностранные языковые исследования в Северо-Восточной Азии. 2014. Т. 1, № 2. С. 70–74. @@ 周冰心. 简评库普林的“日俄战争”小说 // 东北亚外语研究. 2014. № 2. 册1. 页. 70–74.
25. Ли Чжэ. Исследование повествовательного искусства А. И. Куприна: дис. ... магистра филологии. Пекин: Пекинский педагогический университет, 2008. 493 с. @@ 李哲. 库普林小说的叙事艺术研究: 语文系硕士学位论文. 北京: 北京师范大学, 2008. 493 页.
26. Бирюкова О. И. Существующие и возможные герменевтические подходы к вопросу о жанре как литературоведческой категории // Вестник Челябинского государственного университета. Серия «Филология. Искусствоведение». 2009. Вып. 31, № 13. С. 17–21.
27. Кулагин С. А. Проблема национальной идентичности в рассказе А. И. Куприна «Штабс-капитан Рыбников»: миф о непобедимости русского оружия // Вестник Тамбовского университета. 2009. Вып. 3. С. 123–127.
28. Забияко А. А., Сенина Е. В. Художественный образ восприятия как категория имагопоэтики // Социальные и гуманитарные науки на Дальнем Востоке. 2021. Т. 8, вып. 1. С. 166–171.
29. Pageaux D.-H. Une perspective d'études en littérature comparée: l'imagerie culturelle // Synthesis. Bucarest. 1981. No. 8. Pp. 169–185.
30. Шмелева Е., Шмелев А. Мы и они в зеркале анекдота // Отечественные записки. 2007. № 1. С. 215–222.
31. Омори Масако. Образ японца в рассказе А. И. Куприна «Штабс-капитан Рыбников». Текст: электронный // Медиаскоп. 2012. № 4. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1173> (дата обращения: 29.08.2021).
32. Толстихина А. О. Митропольский Иван Иванович // Русские писатели. 1800–1917: Биографический словарь: в 5 т. Т. 4 / гл. ред. П. А. Николаев. М.: Большая Российская энциклопедия, 1999. С. 91–92.
33. Маринов В. А. Россия и Япония перед Первой мировой войной (1905–1914 годы): очерки истории отношений. М.: Наука, 1974. 152 с.
34. Зуенко И. Ю. Исчезнувший образ: топонимика русского происхождения в провинции Хэйлуцзян и Автономном районе Внутренняя Монголия КНР // Известия Восточного института. 2018. № 2. С. 85–98.

Информация об авторах

Забияко Анна Анатольевна, доктор филологических наук, профессор, Амурский государственный университет; 675027, Россия, г. Благовещенск, Игнатьевское шоссе, 21; e-mail: sciencia@yandex.ru; <https://orcid.org/0000-0002-8520-930X>.

Ван Юйци, аспирант, Амурский государственный университет; 675027, Россия, г. Благовещенск, Игнатьевское шоссе, 21; e-mail: ivan_yuytsi@mail.ru; <https://orcid.org/0000-0002-7891-115X>.

Вклад авторов

А. А. Забияко – основной автор, определивший методологию и направления анализа художественного материала.

Ван Юйци исследовал культурно-исторический, историко-литературный контекст, выполнил анализ материалов статьи.



Для цитирования

Забияко А. А., Ван Юйци. Образ восприятия японцев и Японии в дореволюционном опыте художественной рефлексии: жанрологический аспект // Гуманитарный вектор. 2022. Т. 17, № 1. С. 19–28. DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-19-28.

Статья поступила в редакцию 12.10.2021; одобрена после рецензирования 18.12.2021; принята к публикации 25.12.2021.

References

1. Maiga, A. A. Literary Travelogue: Specificity of the Genre. *Philology and Culture*, no. 3, pp. 254–259, 2014. (In Rus.)
2. Alpatov, V. M. The image of Japan in Russia (1850–1945). Moscow: RAN, 2017. (In Rus.)
3. Krasnoshchekova, E. A. Goncharov: The World of Creativity. Sankt Peterburg: Pushkinskii fond, 1997. (In Rus.)
4. Bogoderova, A. A. Japan in Russian Travelogues at the Turn of the 19th – 20th Centuries. *Russian Travelogue of the 18th – 20th Centuries: Between Literature and Document*. Novosibirsk: Izd-vo NGPU, 2019: 52–77 (In Rus.)
5. Pronnikov, V. A., Ladanov I. D. Japanese. Ethnographic essays. Moscow: Nauka, 1983. (In Rus.)
6. Stepochkina, E. V. Evolution of the image of the enemy in the provinces during the Russo-Japanese War of 1904–1905. *Bulletin of Samara State University*. no. 1, pp. 64–70, 2008. (In Rus.)
7. Fedorov, M. Japan and the Japanese: An Essay. Sankt Peterburg: Izd. P. P. Soikina, 1905. (In Rus.)
8. Pereslavtseva, R. S. The image of the “other” in works about the Russian-Japanese war of 1904–1905. *Bulletin of the Novgorod State University*. no. 94, pp. 59–62, 2016. (In Rus.)
9. Taksami, Ch. M., Kosarev V. D. Who are you, Ainu? Essay on history and culture. Moscow: Mysl', 1990. (In Rus.)
10. Kuznetsov, A. P. Japan's relationship with China and Russia from 1894 to 1919. Cand. ist. diss. Moscow, 2013. (In Rus.)
11. Pu Nin, Yao Gentszyun'. Comparison of strategic decisions of the two sides in the Russian-Japanese war. *Scientific solution*, no. 7, pp. 51–53, 2007. (In Chin.)
12. Khuan Tszunlyan. Reform of Russia and Sino-Russian, Japanese-Russian relations. *International political studies*, no. 2, pp. 74–82, 1995. (In Chin.)
13. Chzhao, Yan. A brief discussion of the evolution of Japanese-Russian relations before the Russian-Japanese war. *Siberian Research*, no. 3, pp. 91–94, 2008. (In Chin.)
14. Yue, Vei. Judgment about the specifics of Sino-Russian relations from 1900 to 1924. Cand. polit. diss. Pekin, 2007. (In Chin.)
15. Airapetov, O. R. Press and military censorship in the Russo-Japanese War. *Russo-Japanese War of 1904–1905. A look through the century*. International Historical Collection. Moscow, 2004: 341–354 (In Rus.)
16. Votinov, A. Japanese espionage in the Russo-Japanese War of 1904–1905. Moscow: Voenizdat, 1939. (In Rus.)
17. Gladkaya, E. A. Russian-Japanese war in the minds of broad strata of the population of Russia at the beginning of the 20th century. *Izvestiya vuzov. North Caucasian region. Social Sciences*, no. 3, pp. 68–73, 2008. (In Rus.)
18. Gladkikh, S. A. On the influence of the Russian-Japanese war of 1904–1905 on Russian culture. Ed. by G. V. Sudakov, *Russian culture of the new century: Problems of study, preservation and use of historical and cultural heritage*. Vologda: Knizhnoe nasledie, 2007: 630–645. (In Rus.)
19. Li, Lyan'yui. The context and influences of the Russo-Japanese War. *Journal of the Fuyang Pedagogical University. Series: Social Sciences*, no. 1, pp. 48–54, 1998. (In Chin.)
20. Shashkova, Yu. O. Attitude of the Chinese to the Russian Army during the Russo-Japanese War of 1904–1905 through the eyes of the Russian military. *China: history and modernity*. Ekaterinburg: Izd-vo Ural'skogo universiteta, 2015: 267–271. (In Rus.)
21. Din, Lil'. Study of the Russian-Japanese War in Chinese Historiography. *Journal of Chifeng University. Series: Philosophy and Social Sciences*, no. 3, pp. 74–76, 2016. (In Chin.)
22. Izmailov, A. A. Alexander Kuprin. Songs of earthly joy. Ed. by E. I. Ivanova, *Criticism of the early twentieth century*. Moscow, 2002: 220–244. (In Rus.)
23. Syui, Syaui, Tan Ikhun. Kuprin's Secret. *Russian Literature and Art*, no. 2, pp. 69–70, 2000. (In Chin.)
24. Chzhou, Binsin'. A short commentary on the Russian-Japanese military stories of A. I. Kuprin. *Foreign language studies in North-East Asia*, no. 2, pp. 70–74, 2014. (In Chin.)
25. Li, Chzhe. A study of the narrative art of A. I. Kuprin. Dis. magistra filologii. Pekin: Pekinskii pedagogicheskii universitet, 2008. (In Chin.)



26. Biryukova, O. I. Existing and possible hermeneutic approaches to the issue of genre as a literary category. Bulletin of the Chelyabinsk State University. Series: Philology. Art criticism, no. 13, pp. 17–21, 2009. (In Rus.)

27. Kulagin, S. A. The problem of national identity in the story by A. I. Kuprin "Staff Captain Rybnikov": the myth of the invincibility of Russian weapons. Bulletin of the Tambov University. Series: Humanities, no. 3, pp. 123–127, 2009. (In Rus.)

28. Zabyako, A. A., Senina, E. V. Artistic image of perception as a category of imagopoetics. Social and humanitarian sciences in the Far East, no. 8, V. 1, pp. 166–171, 2001. (In Rus.)

29. Pageaux, D.-H. A perspective of studies in comparative literature: cultural imagery. Synthesis. Bucharest, no. 8, pp. 169–185, 1981. (In Rus.)

30. Shmeleva, E., Shmelev A. We and they are in the mirror of the anecdote. Otechestvennye zapiski, no. 1, pp. 215–222, 2007. (In Rus.)

31. Omori, Masako. The image of the Japanese in the story by A. I. Kuprin "Staff Captain Rybnikov". Media scope, no. 4, 2012. Web. 29.08.2021. <http://www.mediascope.ru/node/1173> (In Rus.)

32. Tolstikhina, A. O. Mitropol'skiy Ivan Ivanovich. Ed. by P. A. Nikolaev, Russian writers. 1800–1917: Biographical Dictionary. Moscow: Bol'shaya Rossiiskaya entsiklopediya, 1999: 91–92. (In Rus.)

33. Marinov V. A. Russia and Japan before the First World War (1905–1914): Essays on the History of Relations. Moscow: Nauka, 1974. (In Rus.)

34. Zuenko, I.Yu. Disappeared Image: Place names of Russian origin in Heilongjiang Province and Inner Mongolia Autonomous Region of the PRC. Izvestia of the Eastern Institute, no. 2, pp. 85–88, 2018. (In Rus.)

Information about authors

Zabyako Anna A., Doctor of Philology, Professor, Amur State University; 21 Ignatievskoe sh., Blagoveshchensk, 675027, Russia; e-mail: sciencia@yandex.ru; <https://orcid.org/0000-0002-8520-930X>.

Wang Yuqi, Graduate Student, Amur State University; 21 Ignatievskoe sh., Blagoveshchensk, 675027, Russia; e-mail: ivan_yuytsi@mail.ru; <https://orcid.org/0000-0002-7891-115X>.

Contribution of authors to the article

Anna A. Zabyako – first author, main research work of the article.

Wang Yuqi analysis of materials in this article.

For citation

Zabyako A. A., Wang Yuqi. The Image of the Perception of the Japanese and Japan in the Pre-Revolutionary Experience of Artistic Reflection: The Genre Aspect // Humanitarian Vector. 2022. Vol. 17, No. 1. PP. 19–28. DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-19-28.

Received: October 12, 2021; approved after reviewing December 18, 2021; accepted for publication December 25, 2021.

Научная статья

УДК 82

DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-29-35

Рассказ И. А. Ефремова «Катти Сарк»: специфика соотношения документального и художественного начал

Елена Анатольевна Худенко¹, Екатерина Андреевна Мызникова²

^{1,2}*Алтайский государственный педагогический университет, г. Барнаул, Россия*

¹helenahudenko@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-4193-5032>

²myznikovakaterina@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-0896-8337>

Изучается специфика соотношения документального и художественного начал на материале рассказа Ивана Ефремова «Кати Сарк». Сравнение двух редакций рассказа – 1943 и 1957 годов – позволяет заявить о «сконструированности» текста для реализации определённых авторских интенций. В частности, вторая редакция «утяжеляет» документальное начало текста, однако создаётся иллюзия документальности, эффект правдоподобия. Совершенство парусника и история его существования становятся для автора источником размышлений об искусстве, о целесообразности как результате эволюционного процесса, гармонизирующего соотношение формы и содержания. Сравнение ефремовского рассказа с научным источником – книгой историка судостроения Джорджа Кэмпбелла – приводит к выявлению определённой намеренной авторской стратегии. Искажение фактологической основы в сюжетной линии рассказа подчёркивает стремление И. Ефремова вывести общий «закон» (формулу) красоты и бессмертия и применить этот закон ко всякому виду творчества. Идея высокохудожественного, «чудесного» творения реализуется на всех уровнях текста: язык рассказа изобилует изобразительно-выразительными средствами; название парусника обыгрывается в контексте поэтики Роберта Бёрнса; использован принцип семеричности. Таким образом, сюжет о клипере «Кати Сарк», далёкий от документальной достоверности, становится воплощением красивой судьбы и удачи, достигнутых за счёт равновесия в паруснике формы и содержания. Специфика соотношения документального и художественного в исследуемом рассказе позволяет говорить о сформированной авторской стратегии, перешедшей затем в романное творчество, а также о своеобразии философско-эстетических взглядов писателя.

Ключевые слова: рассказ, Ефремов, идея совершенства, эволюционизм, целесообразность, Кати Сарк

Original article

A Story Cutty Sark by I. A. Efremov: The Specifics of the Correlation of Documentary and Artistic Principles

Elena A. Khudenko¹, Ekaterina A. Myznikova²

^{1,2}*Altai State Pedagogical University, Barnaul, Russia*

¹helenahudenko@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-4193-5032>

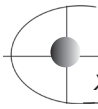
²myznikovakaterina@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-0896-8337>

The article studies the specifics of the correlation of documentary and artistic principles based on the material of Ivan Efremov's story *Cutty Sark*. Comparison of the 1943 and 1957 editions of the story allows us to state that the text is "constructed" for the implementation of certain author's intentions. In particular, the second edition "weighs down" the documentary beginning of the text, but it creates the illusion of documentality, the effect of verisimilitude. The perfection of the sailboat and the history of its existence become a source of reflection for the author about art, about expediency as a result of an evolutionary process that harmonizes the ratio of form and content. A comparison of the Ephraim story with a scientific source – the book of the shipbuilding historian J. Campbell – leads to the identification of a certain intentional author's strategy. The distortion of the factual basis in the storyline of the story emphasizes Efremov's desire to derive a general "law" (formula) of beauty and immortality and apply this law to every kind of creativity. The idea of a highly artistic, "wonderful" creation is realized at all levels of the text: the language of the story is replete with visual and expressive means; the name of the sailboat is played out in the context of Robert Burns' poetics; the principle of sevenfold is used. Thus, the story about the clipper *Cutty Sark*, far from documentary authenticity, becomes the embodiment of a beautiful fate and good luck achieved due to the balance of form and content in the sailboat. The specificity of the correlation of the documentary and the artistic in the story under study allows us to speak about the author's strategy formed, which then passed into novel creativity, as well as about the originality of the writer's philosophical and aesthetic views.

Keywords: story, Efremov, the idea of perfection, evolutionism, expediency, *Cutty Sark*

© Худенко Е. А., Мызникова Е. А., 2022





Введение. Изучение литературоведами прозы одного из самых известных отечественных фантастов XX в. – Ивана Ефремова – в последнее время углубляется и подтверждается новыми работами [1; 2], в том числе и в сфере естественно-научных дисциплин [3]. В контексте всего творчества писателя морская тема, тема кораблестроительства и мореходства является одной из доминирующих, лейтмотивных. Судостроение интересует И. Ефремова прежде всего как средство достижения дальних уголков Земли и раскрытия её загадок («Встреча над Тускаророй», «Атолл Факаофо»), расширения границ мира и взгляда на этот мир («Путешествие Баурджеда», «Таис Афинская»). Однако тексты И. Ефремова-мариниста изучаются, как правило, в ряду других рассказов писателя – в аспекте метафизического содержания [4], хронологических деталей [5] или в связи с интересами региональной литературы [6; 7]. Проблема синтеза научного и художественного начал в поэтике рассказов И. Ефремова представлена в работе исследователя Е. А. Мызниковой [8], где рассказ «Кати Сарк» изучался с точки зрения реализации в нём ефремовской идеи совершенства. Однако наличие двух редакций рассказа – ранней и написанной более чем через десять лет – даёт возможность отчётливо проследить, как «вызревают» и динамично развиваются основные «техники» ефремовской писательской стратегии, в том числе, в плане работы автора с документальным материалом.

Проблема соотношения документального и художественного начал в прозаическом повествовании связана с целым комплексом литературоведческих вопросов. Во-первых, это вопрос о жанровой детерминированности «двуприродных» текстов: как правило, синтез документального и художественного характерен для исторического романа, мемуаров, дневниковых (путевых) заметок, произведений научной фантастики, литературы non-fiction [9; 10] или слипстрима [11]. Во-вторых, проблема соотношения документального и художественного начал в тексте пересекается с мировоззренческими установками писателя, его жизнетворческими стратегиями [12] и выражается в определённых нарративных практиках и приёмах [13]. В-третьих, речь идёт об истинной или ложной «документальности» того источника, на который может опираться автор при

написании своего произведения, – то, что Ю. М. Лотман обозначил как «работа с недостоверными источниками» [14].

В нашем случае также важно терминологически уточнить применение понятия «документальность». Разумеется, речь не идёт о внесении определённого, реально существующего документа или его фрагмента в художественный текст, скорее, о присутствии документального начала как фиксации исторического, эмпирического (реального) события в художественном вымысле и *художественности* (нереальности) анализируемого нами текста. Таким образом, документальность в данном случае трактуется широко – и как фактографичность, и как историчность, и даже как научность повествования. Важно, что при создании рассказа о судьбе парусника «Катти Сарк» И. Ефремов как учёный обращался к источникам по истории кораблестроения, изучал механические особенности судна и при этом излагал основы собственных убеждений писателя-эволюциониста.

Методология и методы исследования. Методология исследования базируется на структурно-семиотическом подходе к анализу текстовых единиц. Кроме того, ранний рассказ И. Ефремова становится «стартовой» базой для выработки писателем общих законов – эстетических и философско-мировоззренческих – всего последующего творчества. В этом русле с помощью типологического подхода осуществляется выход на общие идейно-эстетические постулаты ефремовского творчества. Наконец, компаративистская методология, применённая к двум редакциям рассказа И. Ефремова, позволяет проследить динамику всей художественной системы писателя в целом.

Результаты исследования и их обсуждение. Рассказ «Катти Сарк» претерпел несколько авторских правок. Впервые он был опубликован в 1944 г. в журнале «Новый мир» и военном журнале «Краснофлотец» одновременно. Эта публикация была частью общей задумки, так и не состоявшейся, – сборника «Семь румбов». В этом тексте история знаменитого парусника от начала и до конца излагалась капитаном дальнего плавания Игнатием Петровичем Шубиным – одним из семи рассказчиков в общем композиционном замысле сборника. Таким образом, эта первая версия рассказа была одним из «звеньев» новеллистическо-

го повествования (по образцу известного «Декамерона» Дж. Боккаччо).

Первоначальный вариант текста, в отличие от последующей редакции, достаточно прост с точки зрения сюжета: рассказчик описывает историю встречи со старым знакомым – американским капитаном Эффингхемом, который излагает историю «Катти Сарк»: встречу парусника с немецким линкором, возникшую угрозу гибели парусника, наконец, чудесное спасение. Экипаж клипера идёт без рации и не знает, что Германия вступила в войну с Америкой, поэтому первоначально воспринимает немецкий линкор как корабль дружественной страны.

Вторая редакция рассказа датируется 1957 г. и отличается полным «обновлением»: текст переработан на уровне композиции, сюжета, языка повествования, в том числе и в плане соотношения документального и художественного начал.

Более поздний вариант рассказа состоит из двенадцати глав, оформленных с помощью приёма рамочной композиции. Первая глава под названием «От автора» выполняет автометаописательную функцию, отсылает читателя к раннему тексту – тем самым открыто порождает «эстафетную» связь между первой и второй редакциями. Это важно с точки зрения того, что автор указывает и на «историческую» функцию сделанных переработок: якобы благодаря письмам английских читателей история реального парусника, изложенная в первом варианте рассказа, теперь «поправлена», так как в ней было много фактологических неточностей.

Примечательно, что как первая, так и вторая редакции рассказа, несмотря на отмеченную автором «возрастающую» документальность, остаются в зоне художественности, *выдуманности* сюжетных деталей, героев и коллизий: ни факта эпистолярного общения с английскими читателями-морями, ни конкретного исправления каких-то фактологических деталей проверить читателю не представляется возможным. Вторая редакция – это совсем другой рассказ. Таким образом, реализация задачи документализации текста (от первой редакции ко второй) осуществлена только в зоне авторской рефлексии.

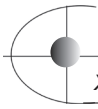
Вернёмся к центру сюжетной истории второй редакции рассказа, изложенной в одиннадцати главах. Здесь предпринята ещё

одна попытка укрепить «документальный» слой повествования – на первый взгляд, вполне состоявшаяся. Так, последняя глава под названием «Общество сохранения “Катти Сарк”» фиксирует действительно существующий реальный факт: такое общество было на самом деле создано английскими моряками, но только *после того*, как они ознакомились с ранней версией рассказа на английском языке. Таким образом, не сама действительность порождает данный факт, а художественный вымысел (!).

Вторая редакция рассказа не просто сюжетно-композиционно усложнена и с точки зрения нарративной стратегии имеет открытый финал, проблематизировано само соотношение исторического факта и художественного вымысла. Если в первой редакции 1943 г. автор «вплетал» историю парусника в общее рассказывание семи героев-рассказчиков, то через 14 лет, во второй редакции, история парусника, с одной стороны, наполнена документальными деталями, с другой – становится поводом для выражения идей автомифологического свойства (часто прикрытых иллюзией достоверности).

Во-первых, речь идёт о неоромантической идее воплощения мечты в действительность (парусник как «вещественный», материальный эквивалент мечты) и её окультуривании (памятник кораблю в Гринвиче). Во-вторых, вторая редакция есть эстетическое воплощение столь близкой писателю-палеонтологу теории эволюционизма: весь рассказ – это «гимн» человеческому мастерству, в совокупности с природными стихиями создавшему выдающийся образец, вещь-идеал. Причём, не важно, что эта вещь идеальна только в авторской, очень субъективной, интерпретации.

Исправляя ранний вариант текста, И. Ефремов, с одной стороны, явно прилагает усилия для «утяжеления» фактологической стороны повествования. Выдуманное им в первой редакции окончание истории парусника (помещение в музей) было столь убедительным, что спровоцировало, по мнению автора, само создание музея «Катти Сарк» в Гринвиче. С другой стороны, судьба «Катти Сарк» с точки зрения фактологической точности как основного принципа документализма является мистификацией, но в сознании читателя «рассказанная история» парадоксальным образом срастается с под-



линной историей парусника и даже *подмечает* её.

В истории «Катти Сарк» в действительности намного больше вымысла, чем предполагали читатели и критики, отмечавшие научное правдоподобие и точность описаний в рассказах писателя. И. Ефремов прибегает к тому принципу научности, который позволяет ему создать *правдоподобную* историю в духе эпохи соцреализма. Текст становится типичным продуктом советской литературы, выполняя одну из главных функций соцреализма – не отражать, а конструировать реальность [15].

Неоценимую роль для изучения рассказа с точки зрения достоверности играют источники, которые написаны профессионалами – историками кораблестроения и мореходства. Применительно к клиперам наиболее важный источник, который был доступен русскоязычному читателю, – это книга Джорджа Кэмпбелла «Чайные клипера» [16]. Она показывает не только историю чайных клиперов, но и специфику их устройства, что позволяет понять реальное место этих кораблей в эволюции парусного кораблестроения и мореплавания.

Сравнение научного источника (книги Дж. Кэмпбелла) и художественной истории позволяет говорить о том, что *домысливание* как писательский приём становится принципом ефремовской поэтики и часто превалирует над документализмом. Так, ученый указывает, что «главной движущей силой судостроения в Англии была конкуренция» [17, с. 49]¹, сам факт появления обводов у клиперов он объясняет строительством пароходов и конкуренцией между парусом и паром. Для И. Ефремова появление совершенной «Кати Сарк» стало возможно только в результате всех предыдущих достижений кораблестроения: «История этого корабля <...> – это собранная в фокусе история всего парусного торгового мореплавания!»². Английский же историк пишет: «Чайные клипера никогда не были совершенными судами, и даже сегодня, с нашими теперешними знаниями, мы не сумели бы сде-

¹ Книга Дж. Кэмпбелла цитируется по русскому переводу 1985 г. [17]. Это издание содержит множество сделанных самим автором рисунков и схем механического устройства «Кати Сарк», объясняющих принцип устройства клипера.

² Ефремов И. Собрание сочинений: в 6 т. Т. 1. Рассказы. – М.: Современный писатель, 1993. – С. 126. Далее текст цитируется по этому изданию с указанием страниц в круглых скобках.

вать их безупречными. Тем не менее то, что создали проектировщики и судостроители XIX в., было поистине великолепно, и, глядя на изображения этих судов, мы до сих пор восхищаемся их *красотой и целесообразностью*» (с. 67).

Показательно, что И. Ефремов-учёный как бы «подправляет» некие факты во имя эстетической, очень дорогой для него, но не научной идеи (понимание красоты и совершенства как итога эволюции) [см. подробнее: 18]. Так, указание писателя на то, что «Катти Сарк» являлась безусловным фаворитом-скороходом и побеждала все другие клипера в скорости переходов, далеко от действительности. Клипер «Катти Сарк» никогда не открывал новых земель, не был причастен к историческим морским баталиям, даже не имел рекорда скорости» (с. 26). По указанию историков, реальная «Катти Сарк» участвовала лишь в трёх чайных гонках, и только в одной из них, в 1871 г., пришла третьей (!) [19, с. 130–131]. Победителем «Катти Сарк» видится лишь в том смысле, что судьба оказалась к ней более благосклонной, чем к большинству современных ей парусных кораблей. Необычайная крепость корпуса продлила жизнь этого судна. В итоге клипер-середнячок стал единственным памятником, сохранённым для истории и культуры, а потому и самым знаменитым клипером в мире.

Красота как целесообразность является предметом, которым пристально интересовался И. Ефремов на протяжении всей своей писательской жизни. Исследователь А. Ф. Бритиков полагает, что данная идея актуализировалась для И. Ефремова-палеонтолога через идеи Л. Толстого, Н. Чернышевского, И. Гёте: «Прекрасное для него – универсальная категория, которая детерминирует эстетическое чувство и эстетически связывает объективную красоту мира с её субъективным художественным отражением» [20, с. 204]. Тема эта пронизывает творчество И. Ефремова от ранних рассказов – до последнего романа «Таис Афинская» (1972), где она становится доминирующей.

Именно сравнение редакций рассказа «Катти Сарк» показывает, что И. Ефремов настойчиво, временами не смущаясь искажением фактов, формирует собственную модель мира, в которой явление совершенства трактует как высшее («пиковое») достижение эволюции. Важно, что ранний рассказ

по сравнению с романом «Таис Афинская» утверждает идею целесообразности *рукотворной* красоты, а не естественно-природной (красоты женского тела).

Такое утверждение довольно рискованно по своей сути, не хватает научной обоснованности: И. Ефремов как учёный-палеонтолог, разумеется, знает, что эволюционизм не всегда проявляется в эстетическом совершенстве. Однако как художнику ему хочется, чтобы это было так.

В данном случае И. Ефремов рассуждает не как учёный, а как гуманист – очевидно его стремление гармонизировать отношения между наукой и искусством, природой и человеком. «Кораблестроительная» идея сопряжена в рассказе с идеей искусства: «Ценой неустанного труда, отваги и страданий моряков, ценой вдохновенных поисков строителей к середине прошлого века появились клиперы, стригуны, «стригущие» верхушки волн. Это уже были не угловатые дома, приспособленные к плаванию, как большинство старинных кораблей, а крылатые скороходы – лебеди моря» (с. 127). Такая метафорическая образность в конце данного отрывка щедро рассыпана по всему тексту, что ещё раз подтверждает авторскую интенцию к толкованию эволюции как движения к красоте и гармонии.

Таким образом, И. Ефремов, с одной стороны, говорит о результате опыта как о научном факте, с другой – об искусстве как «высшей пробе» этого факта. Синтез документального (научного) и художественного (вымышленного) начал с тенденцией к созданию правдоподобия определяет специфику метода писателя. В рассказе явно выражена авторская симпатия к некоему пределу формы, в котором обнаруживается совокупность качеств, в сумме дающих совершенство. По мнению как Ефремова-писателя, так и Ефремова-учёного, это большая редкость.

Отметим, что в судьбе реальной «Катти Сарк» также имело место счастливое стечение обстоятельств: когда в одном из рейсов во время сильного шторма клипер потерял руль (его выломало ударом волны), то среди

случайно принятых на борт в Шанхае безбилетных пассажиров оказались корабельный плотник и кузнец. В критический момент именно они спасли «Катти Сарк», соорудив аварийное рулевое устройство, с помощью которого парусник смог вернуться в Англию [см.: 21, с. 23]. Таким образом, И. Ефремов как бы *угадывает* счастливую историю клипера, даже не владея для этого истинными доказательствами.

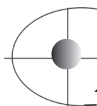
В выборе «техники» обработки документального материала и сочетании его с художественным началом Ефремов-учёный чаще всего «подчиняется» Ефремову-художнику, так как приоритет эстетического над научным, очевидно, знаменует для него «высшую точку» выражения объективной картины мира.

Знаменательно, что с точки зрения «документальной» судьбы «Катти Сарк» после долгих путешествий и драматических случайностей оказывается в Гринвиче – пространстве *нулевого* меридиана. Таким образом, парусник становится начальной и одновременно конечной (высшей) точкой *состоявшегося в истории и ушедшего в культуру* творения – рукотворного предела в искусстве судостроения и мореплавания.

Заключение. Исследование соотношения документального и художественного начал на материале двух редакций рассказа Ивана Ефремова «Кати Сарк» позволяет утверждать, что этот текст видится своеобразной «творческой лабораторией» писателя. Во-первых, стремление к исторической достоверности становится авторским приёмом, обеспечивающим доступ к такому читателю, который рассчитывает на фактологичность и наукообразность повествования. Во-вторых, документальность часто подменяется иллюзией документальности. На самом деле такая мистификация позволяет автору под личиной «исторического факта» высказать собственные сокровенные идеи: об эволюционизме и совершенстве в процессе соотношения формы и содержания, о красоте как целесообразности и гармонизации мира через «пиковые» проявления его сущности.

Список литературы

1. Агапитова Е. К. Фантастический мир И. А. Ефремова: проблематика и поэтика: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.01. Петрозаводск, 2017. 244 с.
2. Сергеев С. А. Иван Ефремов в контексте духовных конфликтов XX века. Казань: КНИТУ, 2019. 128 с.



3. Boyarkina I. Some problems of bioethics raised in the science fiction by Ivan Yefremov and Herbert George Wells // Сахаровские чтения 2019 года: экологические проблемы XXI века. Минск, 2019. С. 416–419.
4. Московкина Е. А. Метафизика искусства в ранних рассказах И. А. Ефремова // Вестник Санкт-Петербургского государственного института культуры. 2018. № 3. С. 48–52.
5. Московкина Е. А. Погружение против возвышения: специфика хронотопа ранних рассказов И. А. Ефремова // Культура и текст. 2019. № 3. С. 44–59.
6. Куляпин А. И. Сибирский миф в творчестве Ивана Ефремова // Язык, литература и культура в региональном пространстве: 2011. Вып. 2. С. 181–186.
7. Московкина Е. А. Образ Алтая в геопэтике ранних рассказов И. А. Ефремова // Культура и текст. 2021. № 1. С. 105–115.
8. Мызникова Е. А. Научно-художественный синтез в рассказах И. А. Ефремова 1940-х гг.: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.01. Барнаул, 2012. 172 с.
9. Местергази Е. Г. Специфика художественной образности в «документальной литературе» // Филологические науки. 2007. № 1. С. 3–8.
10. Местергази Е. Г. Художественная словесность и реальность: документальное начало в отечественной литературе XX века: дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.08. М., 2008. 246 с.
11. Sterling B. Slipstream. Текст: электронный // SF Eye. No. 5. URL: <https://www.journalscape.com/jlundberg/page2> (дата обращения: 30.09.2021).
12. Худенко Е. А. Жизнетворческие стратегии в русской литературе XIX–XX вв.: романтизм и символизм // Мир науки, культуры, образования. 2010. № 6-2. С. 68–71.
13. Гинзбург Л. Я. О документальной литературе и принципах построения характера // Вопросы литературы. 1970. № 7. С. 62–65.
14. Лотман Ю. М. К проблеме работы с недостоверными источниками // Лотман Ю. М. Пушкин: биография писателя. Статьи и заметки, 1960–1990; «Евгений Онегин»: комментарий. СПб.: Искусство-СПБ, 1995. С. 324–329.
15. Добренко Е. А. Политэкономия соцреализма. М.: Новое литературное обозрение, 2007. 156 с.
16. Campbell G. F. China Tea Clippers. New York: D. McKay, 1974. 172 p.
17. Кэмпбелл Дж. Чайные клипера. Л.: Судостроение, 1985. 208 с.
18. Мызникова Е. А. Идея совершенства и её символическое воплощение в романном творчестве И. Ефремова // Филология и лингвистика: современные тренды и перспективы исследования. Краснодар: Пресс-Имидж, 2012. С. 7–11.
19. Балакин С. А., Масляев Ю. Л. Парусные корабли. М.: Аванта+, 2003. 184 с.
20. Бритиков А. Ф. Целесообразность красоты в эстетике Ивана Ефремова // Отечественная научно-фантастическая литература (1917–1991 годы). Кн. 2. Некоторые проблемы истории и теории жанра / А. Ф. Бритиков. СПб.: Борей-Арт, 2005. С. 184–208.
21. Шнейдер И. Г. Операция парус (наследники «Катти Сарк»). Л.: Судостроение, 1977. 128 с.

Информация об авторах

Худенко Елена Анатольевна, доктор филологических наук, доцент; Алтайский государственный педагогический университет; 656031, Россия, г. Барнаул, ул. Молодежная, 55; e-mail: helenahudenko@mail.ru; <https://orcid.org/0000-0003-4193-5032>.

Мызникова Екатерина Андреевна, кандидат филологических наук, Алтайский государственный педагогический университет; 656031, Россия, г. Барнаул, ул. Молодежная, 55; e-mail: myznikovakaterina@yandex.ru; <https://orcid.org/0000-0002-0896-8337>.

Вклад авторов

Е. А. Худенко – основной автор, определивший методологию и направление анализа материалов исследования.

Е. А. Мызникова выполнила анализ и оформление материалов статьи.

Для цитирования

Худенко Е. А., Мызникова Е. А. Рассказ И. А. Ефремова «Катти Сарк»: специфика соотношения документального и художественного начал // Гуманитарный вектор. 2022. Т. 17, № 1. С. 29–35. DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-29-35.

Статья поступила в редакцию 12.10.2021; одобрена после рецензирования 16.01.2022; принята к публикации 22.01.2022.



References

1. Agapitova, E. K. Efremov's Fantastic world: Problematics and Poetics. Cand. sci. diss. Petrozavodsk, 2017. (In Rus.)
2. Sergeev, S. A. Ivan Efremov in the context of spiritual conflicts of the twentieth century. Kazan: KNITU, 2019. (In Rus.)
3. Boyarkina, I. Some problems of bioethics raised in the science fiction by Ivan Yefremov and Herbert George Wells. Sakharovskie chteniya 2019 goda: Ekologicheskie problemy XXI veka. Minsk, 2019: 416–419. (In Rus.)
4. Moskovkina, E. A. Metaphysics of art in the early stories by I. A. Efremov. Bulletin of the St. Petersburg State Institute of Culture, no. 3, pp. 48–52, 2018. (In Rus.)
5. Moskovkina, E. A. Immersion versus elevation: the specificity of the chronotope of early stories by I. A. Efremov. Culture and text, no. 3, pp. 44–59, 2019. (In Rus.)
6. Kulyapin, A. I. Siberian myth in the work of Ivan Efremov. Language, literature and culture in the regional space, issue. 2, pp. 181–186, 2011. (In Rus.)
7. Moskovkina, E. A. The image of Altai in the geopoetics of early stories by I. A. Efremov. Culture and text, no. 1, pp. 105–115, 2021. (In Rus.)
8. Myznikova, E. A. Scientific and artistic synthesis in the stories by I. A. Efremov of the 1940s. Cand. sci. diss. Barnaul, 2012. (In Rus.)
9. Mestergazi E. G. The specifics of artistic imagery in “documentary literature”. Philological Sciences, no. 1, pp. 3–8, 2007. (In Rus.)
10. Mestergazi, E. G. Fiction and reality: the documentary beginning in the domestic literature of the twentieth century. Dr. sci. diss. Moscow, 2008. (In Rus.)
11. Sterling B. Slipstream. SF Eye, no. 5. Web. 30.09.2021. <https://www.journalscape.com/jlundberg/page2>. (In Engl.)
12. Khudenko, E. A. Life-creating strategies in Russian literature of the nineteenth and twentieth centuries: romanticism and symbolism. World of science, culture, education, no. 6–2, pp. 68–71, 2010. (In Rus.)
13. Ginzburg, L. Ya. On Documentary Literature and Principles of Character Building. Questions of Literature, no. 7, pp. 62–65, 1970. (In Rus.)
14. Lotman, Yu. M. On the problem of working with unreliable sources. Lotman Yu. M. Pushkin: Biography of the writer; Articles and notes, 1960–1990; “Eugene Onegin”: Commentary. SPb: Art-SPB, 1995: 324–329. (In Rus.)
15. Dobrenko, E. A. Political economy of socialist realism. M: New Literary Review, 2007. (In Rus.)
16. Campbell, G. F. China Tea Clippers. New York: D. McKay, 1974. (In Engl.)
17. Campbell, J. Tea clippers. L: Shipbuilding, 1985. (In Rus.)
18. Myznikova, E. A. The idea of perfection and its symbolic embodiment in the novel work of I. Efremov. Philology and linguistics: modern trends and research prospects. Krasnodar: Press Image, 2012: 7–11. (In Rus.)
19. Balakin, S. A., Maslyayev, Yu. L. Sailing ships. M: Avanta +, 2003. (In Rus.)
20. Britikov, A. F. The expediency of beauty in the aesthetics of Ivan Efremov. Domestic science fiction literature (1917–1991). Book 2. Some problems of the history and theory of the genre. St. Petersburg: Borey-Art, 2005: 184–208. (In Rus.)
21. Schneider, I. G. Operation sail (the heirs of “Cutty Sark”). Leningrad: Shipbuilding, 1977. (In Rus.)

Information about authors

Khudenko Elena A., Doctor of Philology, Associate Professor, Altai State Pedagogical University; 55 Molodezhnaya st., Barnaul, 656031, Russia; e-mail: helenahudenko@mail.ru; <https://orcid.org/0000-0003-4193-5032>.

Myznikova Ekaterina A., Candidate of Philology, Altai State Pedagogical University; 55 Molodezhnaya st., Barnaul, 656031, Russia; e-mail: myznikovakaterina@yandex.ru; <https://orcid.org/0000-0002-0896-8337>.

Contribution of authors

- E. A. Khudenko – the main author, methodology and direction of the analysis of research materials.
- E. A. Myznikova analysis of article materials, article design.

For citation

Khudenko E. A., Myznikova E. A. A Story *Cutty Sark* by I. A. Efremov: the Specifics of the Correlation of Documentary and Artistic Principles // Humanitarian Vector. 2022. Vol. 17, No. 1. PP. 29–35. DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-29-35.

Received: October 12, 2021; approved after reviewing January 16, 2022; accepted for publication January 22, 2022.



Научная статья

УДК: 82.14

DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-36-46

**Образ родины в лирике поэта Северо-Восточного Китая Му Мутяня
(на материале стихотворений сборника «Дрейфующее сердце»)****Ольга Евгеньевна Цмыкал¹, Фэн Ишань²**^{1,2}Амурский государственный университет, г. Благовещенск, Россия¹olgatsmykal@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0001-7622-7437>²1024495050@qq.com, <https://orcid.org/0000-0001-5823-1889>

Актуальность исследования определена интересом современной гуманитарной науки к процессам формирования этнического и национального сознания в Китае первой половины XX в., что определяет образы восприятия инокультуры и самовосприятия. Новизна состоит в обращении к полужабытому творчеству Му Мутяня, практически не знакомому русскоязычному читателю. Проблема заключается в определении коннотативных значений образа родины в творчестве Му Мутяня, отражающих сплав архетипических этнических представлений и новых установок национального сознания. Методология исследования базируется на лексико-семантическом анализе художественных текстов поэта, в которых репрезентированы разные коннотации образа родины. Используются биографический, культурно-исторический и структурно-семантический методы исследования, а также сопоставительный анализ перевода и оригинала исследуемых стихотворений. Авторы приходят к выводу, что образ родины в стихах, входящих в сборник «Дрейфующее сердце» Му Мутяня, проявляется чаще иносказательно, аллегорически. Название «Дрейфующее сердце» в полной мере отражает не только эмоциональное состояние поэта-эмигранта в период написания стихотворений, но и процессы формирования базовых фреймов национального сознания китайцев после Синьхайской революции, в период Гражданской войны. Несмотря на то что художественное мироощущение Му Мутяня поры изгнания тесным образом связано с японским эстетическим принципом *тополаaware*, эстетизирующим печаль, а также неотделимо от символистской тяги к «упадку», поэт вплавляет «китайское» видение данных принципов и проецирует их на представления о родных местах, родине своих предков, раздираемой противоборством между Гоминьданом и Коммунистической партией Китая, декларирует веру в возрождение Китая как единого государства.

Ключевые слова: китайская поэзия, образ родины, формирование национального сознания, Маньчжурия, Гражданская война, образ восприятия «своего/чужого»

Благодарность: Исследование выполнено при финансовой поддержке гранта РФФИ № 20-012-00318 «Образы России и Китая в художественной этнографии (по материалам русской и китайской литературы, публицистики Маньчжурии 20–40-х гг. XX в.)».

Original article

**The Image of the Homeland in the Lyrics of the Poet of Northeastern China Mu Mutian
(Based on the Poems from the Collection *Drifting Heart*)****Olga E. Tsmikal¹, Feng Yishan²**^{1,2}Amur State University, Blagoveshchensk, Russia¹olgatsmykal@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0001-7622-7437>²1024495050@qq.com, <https://orcid.org/0000-0001-5823-1889>

The relevance of the study is determined by the interest of modern humanities in the processes of the formation of ethnic and national consciousness in China in the first half of the 20th century, which determine the images of perception of a foreign culture and self-perception. The novelty lies in the appeal to the half-forgotten work by Mu Mutian, practically unknown to the Russian-speaking reader. The problem lies in the definition of the connotative meanings of the image of the homeland in the works by Mu Mutian, reflecting the fusion of archetypal ethnic ideas and new attitudes of national consciousness. Research methodology is based on the lexical and semantic analysis of the poet's literary texts, which represent different connotations of the image of the homeland. The research methods we applied involved biographical, cultural-historical and structural-semantic ones. The authors also turned to the comparative analysis of the translation and the original of the poems studied. The authors came to the conclusion that the image of the homeland in the poems included in the collection *Drifting Heart* by Mu Mutian is often manifested allegorically. The name *Drifting Heart* fully reflects not only the emotional

© Цмыкал О. Е., Фэн Ишань, 2022



state of the emigre poet during the period of writing poems but also the processes of the formation of the basic frames of the national consciousness of the Chinese after the Xinhai Revolution during the civil war. Despite the fact that Mu Mutian's artistic perception of the world during the period of exile is closely connected with the Japanese aesthetic principle of *mononoaware*, aestheticizing sadness, and is also inseparable from the symbolist craving for "decline", the poet fuses the "Chinese" vision of these principles and projects them onto ideas about his native places, the homeland of his ancestors under the rule of Japan, declares faith in the revival of China as a single state.

Keywords: Chinese poetry, the image of the motherland, the formation of national consciousness, Manchuria, the civil war, the image of the perception of "ours/others"

Acknowledgments: The research was carried out with the financial support of the RFBR grant No. 20-012-00318 "Images of Russia and China in artistic ethnography (based on materials from Russian and Chinese literature, journalism of Manchuria in the 1920s – 1940s)".

Введение. Имя китайского поэта Му Мутяня (Цзилинь, 1900–1971) практически не знакомо русскоговорящей аудитории и не исследовано в российской науке. Между тем его творчество ярко отразило противоречивый дух эпохи формирования национального сознания китайцев, выяснения культурными элитами отношений с традицией и её корреляции с новациями. Му Мутян родился в порубежные годы, стал свидетелем мощных социально-культурных, этнокультурных и политических сдвигов, переживаемых в ту пору Китаем. После Синьхайской революции и «открытия» китайцами Европы, Америки, Японии, России кардинально меняется китайская этническая картина мира, раздвигаются смысловые границы веками складывающихся представлений об универсальных основаниях мироустройства, в частности, образе восприятия «своего/чужого». Одним из духовных концептов, подвергшихся трансформациям, становится образ родины – базовый фрейм китайского взгляда на мир [15]. Тому были внутривнутриполитические, социокультурные, а также внешнеполитические предпосылки.

В 1927 г. родина Му Мутяня, Маньчжурия, оказывается вовлечённой в борьбу между Гоминьданом и Коммунистической партией Китая, приведшую и без того слабую страну к Гражданской войне. Для поэта, в те годы находящегося в Японии, эта ситуация наполняется особым драматизмом. В стихах конца 20-х – начала 30-х гг. впервые появляется образ утраченной родины, не только как «родины предков», «клочка родной земли», но и как далёкого Китая – родителя, великой страны, находящейся в тяжёлом положении. Му Мутянь, как немногие его собратья по перу, смог не только вобрать в своё творчество эстетику инокультурной традиции (японской и французской), но и с обострённым сыновним чувством при

помощи «чужих» приёмов сказать новое слово о своём, «кровном» ощущении неразрывной связи с Родиной.

В годы «культурной революции» творчество Му Мутяня практически предано забвению – как врага и оппортуниста, «японского выкорымыша» и буржуазного ренегата. Между тем проблемы, затронутые в его лирике, в настоящее время важны не только с точки зрения исследования революционной поэтики художников-новаторов легендарной эпохи развития Китая и общественной мысли 20–40-х гг. XX в. Несомненный интерес представляет проблема формирования этнического и национального сознания в те годы, складывание образов восприятия инокультуры и самовосприятия. Данные аспекты определяют новизну и актуальность работы.

Предметом исследования стал образ родины в лирике Му Мутяня, анализируемый на материале лирических произведений, вошедших в сборник «Дрейфующее сердце» (кит. «旅心»).

Методология и методы исследования. Авторы использовали биографический, культурно-исторический и структурно-семантический методы при анализе текстов Му Мутяня; обращались к сопоставительному анализу перевода и оригинала исследуемых стихотворений.

Лексико-семантический анализ художественных текстов опирается на русские, китайские и русско-китайские словари («Толковый словарь русского языка» под ред. Д. Н. Ушакова, «Толковый словарь русского языка» С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой, словарь «Синь Хуа», «Большой китайско-русский словарь» и др.).

Биография и художественный метод Му Мутяня исследуются сквозь призму работ китайских исследователей-литературоведов: Лю Цаймэя [7], Лю Цзина [8; 9], Пэн Яжу [11], Со Жунчан [12] и др.



Результаты исследования и их об- суждение. Му Мутянь (Му Цзинси – имя по- эта при рождении, 1900–1971) – китайский поэт и переводчик, родился в селе Каошань уезда Итун провинции Цзилинь. В детстве мальчик занимался с частным учителем, по- лучил классическое образование. Накануне событий «Движение 4 мая» он обучался в средней школе Нанькай, испытав влияние патриотических настроений того времени.

В 1918 г. за счёт государства уехал учиться в Японию, в 1926 г. окончил уни- верситет в Токио. В 1921 г. присоединился к литературной ассоциации «Творчество» [6, с. 89]. В молодости, как все юноши того вре- мени, Му Мутянь видел залог процветания Китая в развитии промышленности, мечтая стать учёным, инженером, но из-за проблем со зрением не смог пойти в науку. В те же

годы под влиянием «Движение 4 мая» он на- чал интересоваться литературой. В 1926 г. вернулся в Китай и стал работать профес- сором в университете Чжуншань и Цзилинь- ском университете. В 1931 г. присоединился к Лиге левых писателей Китая в Шанхае, где отвечал за работу поэтической группы и уча- ствовал в создании Китайского поэтического общества. Позже работал профессором Пе- дагогического университета Гуйлиня и уни- верситета Тунцзи, адъюнкт-профессором Цзинаньского и Фуданьского университетов, профессором Северо-Восточного педагогического университета и Пекинского педаго- гического университета. В 1952 г. вступил в Ассоциацию китайских писателей. Извест- ные сборники стихотворений: «Дрейфую- щее сердце» (1927), «Песнь изгнанников» (1937), «Новое путешествие» (1942) и др.



Му Мутянь
Mu Mutian



Сборник «Дрейфующее сердце» (1927)
Collection “Drifting Heart” (1927)

Одним из преподавателей Му Мутяня во время обучения в Третьем колледже Киото, а затем – в Императорском университете Киото был известный теоретик литературы и искусства Хакусон Куриягава, ставший его наставником и в поэзии. «Десять лекций по литературе периода новой истории» Хакусо- на Куриягавы сыграли важную роль в станов- лении Му Мутяня как литератора. Позднее он вспоминал о том времени, когда отошёл от технических наук и обратился к литературе: «Хотя я (Му Мутянь) уже интересовался ли- тературой, но на тот момент успел прочесть лишь некоторые труды о ней, такие, как “Де- сять лекций по литературе периода новой истории”, “Основные лекции по литературной

энциклопедии”, “Двенадцать лекций по соци- альным вопросам”, “Шесть лекций о мыслях периода новой истории” и др.»¹. В Импера- торском университете Му Мутянь застал «зо- лотую эру» преподавания французской ли- тературы. Китайский исследователь Лю Цзин отмечал: «Взгляды Хакусона Куриягавы вли- яли на Му Мутяня, подтолкнув к символиз- му. Поэзия Му Мутяня фактически является прямым отражением поэтической концепции Хакусона Куриягавы» [9].

Но первоочередное влияние на твор- чество поэта оказали японская литература

¹ Му Мутянь. Моя творческая жизнь // Поэзия Му Мутяня / Цай Цинфу, Му Лили. – Чанчунь. Изд-во ли- тературы и искусства, 1985. – С. 199.

и эстетика. Лирика Му Мутяня ориентирована на японский эстетический принцип "монопоaware"¹. Мотоори Норинага (本居宣長) определяет понятие *моно-но аварэ* (англ. "monoaware", кит. «物哀») следующим образом: «Среди различных человеческих эмоций только тоска, печаль и грусть есть те вещи, которые более всего могут растрогать людей» [по: 5]. Е Вэйцью подчёркивает: «Следовать монопоaware – это значит описывать самые трогательные и волнующие вещи – и эмоции, которые вызывают эти вещи в душе человека» [4]. Эстетика японской литературы пронизана тем, что называют «японской грустью». Понятия «упадок» и «расцвет» являются для японцев неразрывно связанными, всегда сопровождающими друг друга. Когда символизм распространился в Японии и соединился с традицией *моно-но аварэ*, он обрёл сильный эстетский и декадентский колорит [8].

В книге «Моя творческая жизнь» Му Мутянь вспоминал о том, как в Японии он попал в атмосферу романтизма, но не был этим удовлетворён – и не мог «романтизмом» зарабатывать на жизнь. Поэтому поэт обратил свой взгляд в сторону французской литературы, прежде всего, французского символизма². Ван Чжунчэнь обозначил путь французского влияния на лирику Му Мутяня: «Му Мутянь изучал французскую литературу в Японии, и Япония стала для него проводником в литературный мир. Атмосфера отделения французской литературы в университете Токио, где учился Му Мутянь, очень сильно повлияла на его художественное сознание, особенно на его раннем этапе творчества» [3, с. 223].

Это был очень важный этап литературного пути Му Мутяня [9; 13]. Свой выбор Му Мутянь объяснял тем, что испытывал чувство одиночества, упадка и печали, эти эмоции заставили его обратиться к символистскому направлению [14, с. 368]. Поэт вспоминал: «В Токио, летом, когда я посту-

¹ Моно-но аварэ (от яп. 物の哀れ, «печальное очарование вещей») – эстетический принцип, характерный для японской культуры, начиная с периода Хэйан. Моно-но аварэ буквально можно перевести как «печаль, горе, жалость, сострадание к вещам и предметам», по смыслу как «чувствительность к эфемерному», «печальное очарование вещей, жизни или мира» или «жизнеутверждающее, светлое, нежное, но при этом грустное и тоскливое созерцание мира и всего того, что есть в нём». См.: Григорьева Т.П. Японская художественная традиция. – М.: Наука, 1979. – 368 с.

² Му Мутянь. Моя творческая жизнь // Поэзия Му Мутяня / Цай Цинфу, Му Лили. – Чанчунь. Изд-во литературы и искусства, 1985. – С. 199.

пил в университет, произошло сильное землетрясение. В октябре я вернулся из Китая и увидел, что от Токио остался лишь пепел, здания обвалились, всё выглядело разрушенным, но в моих глазах это было прекрасно. Такой красоты я никогда не встречал, в этих грязных руинах я увидел поэзию. Помню, в то время я читал французских поэтов – Gourmont (Анри Гурмона), Sharman, Morias (Жан Мореас), Maitlin, Verhalin (Поля Верлена), Louis, Podolaire (Шарля Бодлера) и других, я горячо люблю этих поэтов символизма и декаданса» [10].

Личная жизненная ситуация усиливала чувства поэта. В прошлом его семья была весьма состоятельна, владела ста цинами плодородных земель, различными магазинами. Однако это был выморочный род – все предки вплоть до отца поэта курили опиум, играли в азартные игры на деньги, растрачивая состояние семьи. На отца Му Мутяня возлагались надежды, на короткое время в семью благодаря ему вернулся достаток, но вскоре семья разорилась. «Печаль об упадке класса помещиков» – такими словами Му Мутянь охарактеризовал историю упадка собственной семьи [14]. На глазах молодого поэта семейное гнездо было разрушено, он увидел старый и обветшалый большой дом, заросший сорняками двор, картину полного запустения: «Мои мечты были разбиты, и я чувствовал, что в жизни нет выхода... я ощущал, что моя жизнь находится в состоянии упадка»³.

Поэзия французского символизма оказалась соприродна внутренним переживаниям Му Мутяня. Когда будущий поэт писал дипломную работу, в качестве объекта исследования он выбрал творчество поэта-символиста А. Самайна [Там же]. С 1920-х по 1940-е гг. Му Мутянь погрузился в искусство стихосложения, упорно совершенствовался в поэтике. В это время он читал много символистских стихов, скрупулёзно исследовал теорию поэзии символизма.

Му Мутянь писал: «Мир поэзии – это мир подсознательного. Поэзия должна обладать огромной силой намёка. Поэзия проявляется и в обычной жизни, но заключена в её глубинах. Поэзии нужен намёк, объяснения для неё недопустимы. Объяснение – часть мира прозы. За поэзией должна стоять глубокая философия, но поэзия не может объяснить философию» [1].

³ Там же. – С. 215.



Так появляется сборник стихов «Дрейфующее сердце» (1927), а в 1930 г. – «Песнь изгнанников», созданная уже в духе реализма. В 1940-х гг. Му Мутянь решил объединить реализм и романтизм, итогом его упорного труда становится сборник «Новое путешествие» [7].

В сборник «Дрейфующее сердце» (кит. «旅心») вошло 31 стихотворение, написанное автором до 1927 г. Метафорическое название книги состоит из двух лексем. Слово «дрейфующий» (от кит. 旅 – «путешествовать, дрейфовать, скитаться») – это причастие, образованное от глагола «дрейфовать». Словари дают этому глаголу различные толкования¹. В целом «дрейфовать» означает «отклоняться от курса и быть сносимым (ветром или течением)», «изменять направление движения под действием более значимых сил, находиться в движении не по собственному желанию». В названии сборника слово «дрейфующий» используется в переносном значении: сердце поэта дрейфует – находится в состоянии нестабильности, под влиянием

различных обстоятельств как бы движется не в ту сторону. Состояние «дрейфа», неприкаянности, в котором находится сердце лирического героя сборника, обусловлено в первую очередь именно оторванностью от родных мест, причиняющей страдания лирическому герою. Такая трактовка связана с тем, что большинство стихотворений в сборнике написано автором, когда он учился в Императорском университете Токио в Японии, был странником, оторванным от родимой земли, а странники всегда тоскуют по дому.

В данной работе мы рассматриваем четыре наиболее знаковых стихотворения сборника, они выражают семантическое наполнение и развитие образа родины в лирике поэта тех лет: «Опадающие цветы», «Бледный колокольный звон», «Песня нищего» и «С путешественником – по дороге в Мусасино»².

Стихотворение «Опадающие цветы» («落花») написано Му Мутянем 9 июня 1925 г. и явно несёт в себе черты символистской эстетики [11]:

<...> Цветы опадают, укрывая лепестками мхи,
уединенную тропу, камни, песок.
Цветы опадают, принося белый печальный сон
к покойному дому.
Цветы бесцельно опадают под каплями дождя (букв.:
опираясь на ласковое запястье руки дождя).
Цветы опадают, запечатлевая на губах благоухание
поцелуя. Ах, не заставляй их пробуждаться.

Ах, не разбуди их, не буди опадающие цветы.
Пусть лепестки *одиноко кружатся, кружатся,
кружатся в воздухе.*
В нашем сердце, в наших глазах, *повсюду – песню
пусть поют о родине.*
Ах, в конце концов, где находится родина человека?
Ах, как спокойно слушать, как опадают цветы.

Сестра, давай, мы будем внимать всем сердцем:
белые цветы опадают так незаметно.
Ты нежно опираешься на мою руку, затаив дыхание
слушаешь их песню:
*«Не забывайте о горных вершинах, о берегах реки.
Повсюду – ваша родина, вы сами повсюду –
опадающие цветы».*

9 июня 1925 г.

落花掩住了藓苔幽径石块沉沙
落花吹送来白色的幽梦到寂静的人家
落花倚着细雨的纤纤的柔腕虚虚的落下
落花印在我们唇上接吻的余香啊不要惊醒了她

啊不要惊醒了她不要惊醒了落花
任她孤独的飘荡飘荡飘荡飘荡在
我们的心头眼里歌唱着到处是人生的故家
啊到底哪里是人生的故家啊寂寂的听着落花，

妹妹你愿意吧我们永久的透着朦胧的浮纱
细细的深尝着白色的落花深深的坠下
你弱弱的倾依着我的胳膊细细的听歌唱着她
“不要忘了山巅水涯到处是你们的故乡到处你们是落花”

1925年6月9日

¹ Большой толковый словарь русского языка / под. ред. С. А. Кузнецова. – 1-е изд. – СПб.: Норинт, 2006. – 1536 с.; Толковый словарь русского языка / под ред. Д. Н. Ушакова. – М.: Астрель: АСТ, 2000. – 912 с.; Толковый словарь русского языка: 72 500 слов и 7 500 фразеологических выражений / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова; Российская академия наук, Институт русского языка, Российский фонд культуры. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Азъ, 1994. – 907 с.

² Мусасино – город в центральной части района Канто (Япония).

Образ опадающих цветов выражает чувства лирического героя. Вырванные из родной почвы, они перевезены в чужие края и обречены на умирание. Чувство одиночества, бесприютности, приписываемое опадающим цветам, выражает эмоции молодого студента, покинувшего родную землю и живущего на чужбине. Печальная, безнадёжная атмосфера усиливается за счёт использования слов и словосочетаний «бесшумно», «бесцельно», «печальный сон», «к покойному дому». Глагол «飘荡» («носиться в воздухе», «гонимый ветром» и др.) определяет отсутствие чувства принадлежности: лирический герой и сам, как лепесток увядающего цветка, не имеет пристанища. «Не забывайте о горных вершинах, о берегах реки. Повсюду – ваша родина, вы сами повсюду – опадающие цветы», – такую песню поют цветы, умирая. Экзистенциальное состояние принадлежности к родной земле/отказа от этой принадлежности воплощает маргинальные ощущения китайского студента, мигрирующего по свету. Образ родины здесь, безусловно, имеет для него про-

<...> Звон старинного колокола рассеивается в речных волнах, искрясь,
Звон старинного колокола слышится в серо-зелёных кронах (серебристых) тополей.
Звон старинного колокола слышится в свисте ветра, –
Блики луны блуждают, блуждают –
Звон старинного колокола улетает в облака.

<...> Мягкий звон старинного колокола летит вслед волнам лунного света,
Мягкий звон старинного колокола рассеивается по Вселенной,
– О, далёкий звон старинного колокола –
это эхо песни древней земли,
Тихий звон старинного колокола – эхо песни о родине,
Далёкий звон старинного колокола рассеивается по бескрайней земле.

Слушайте, как звон разбитого, развалившегося старинного колокола
Разлетается по бескрайним просторам желтеющей долины,
Опавшие листья и увядшие травы летят вслед за северным ветром,
Слушайте тысячу раз этот звон – неясный, неясный –
В сумраке ущелья слушайте старого истлевшего колокола лживый, неясный, вечно родной колокольный звон.

Токайдо, 2 января 1926 г.

странственную (ландшафтную) и эмоциональную закрепленность, это земля, где оставлены «корни» – «предки», родные люди, истоки всего сущего.

В стихотворении «Бледный колокольный звон» «苍白的钟声» суггестивность становится определяющим приёмом, передавая сентиментальные чувства через звучание колокола. Название стихотворения, очевидно, отсылает к китайской классической поэзии, где образ колокольного звона традиционно используется для выражения чувств лирического героя. С помощью этого образа в древней поэзии выстраивается лирический хронотоп, раскрываются любовные переживания [12]. В стихотворении поэта династии Тан Ван Вэя «Посещая храм Сянцзи» («过香积寺») читаем: «Древние деревья возвышаются к небу, но нет пешеходной дорожки / Где в горах зазвучал колокольный звон» («古木无人径, 深山何处钟»). «Сумеречный колокольный звон» как знак печали появится в стихотворении Лю Чжанцина «Провожая Лин Чэ¹» («送灵澈上人») и т. д.

Рассмотрим стихотворение «Бледный колокольный звон» Му Мутяня:

古钟飘散在水波之皎皎
古钟飘散在灰绿的白杨之梢
古钟飘散在风声之萧萧
-月影迢迢迢迢-
古钟飘散在白云之飘飘

软的古钟飞荡随月光之波
软软的古钟绪绪的人带带之银河
-呀远远的古钟反响古乡之歌
渺渺的古钟反映出故乡之歌
远远的古钟入苍茫之乡无何

听残朽的古钟在灰黄的谷中
入无限之茫茫散淡玲珑
枯叶衰草随呆呆之北风
听千声万声-朦胧朦胧-
荒唐茫茫败废的永远的故乡之钟声
听黄昏之深谷中

1926年1月2日 东海道上

¹ Лин Чэ – известный поэт-монах из династии Средней Тан.



Образ колокольного звона проходит через всё стихотворение. Для описания его звучания поэт использует синестетические эпитеты 苍白 («бледный», «безжизненный», «немогущий»), 荒唐 («лживый») и др. Кроме того, поэт использует немало эпитетов, обозначающих цвета и неотделимых от эмоций лирического героя: бледный, серо-зелёный, желтоватый. Колористика стихотворения усиливает гнетущую атмосферу, ощущение безысходности и безнадёжности. Синестетические приёмы французского символизма вкупе с полисемантическими особенностями китайского языка передают сложные душевные движения лирического героя, тоскующего по родине.

Колокольный звон «рассеивается (рассыпается) в речных водах», «слышится в серо-зелёных кронах тополей», «в свисте ветра», «в белых облаках», что передаёт ощущение свободы, полёта – без направления и ограничений. Туда, вслед за звоном колокола, рвётся душа лирического героя. Приписывая колоколу человеческие чувства, поэт транслирует собственные эмоции – стремление посредством звучания прикоснуться к родной земле и опозитивированной родной реальности. «Бледный колокольный звон» становится сложным пространственно-ви-

Нищий вошёл в деревню,
Нищий остановился на дороге через поле,
Тихо поёт нищий:
«Ах, это награда для бедных,
Любое место – это наша родина.

Родина – на пустынной переправе.
Родина – на стенах старого города
Родина – рядом с ночным прудом.
Ах, это награда для бедных,
Любое место – это наша родина.

Зелёная ива – мой шатёр,
Травы – моя лёгкая кровать,
В поздней ночи всё ещё можно слышать пение иволги,
Ах, это награда для бедных,
Любое место – это наша родина.

<...> Дети, отражающиеся в воде, похожи на моего сына,
Старики похожи на моих родителей,
Все вокруг похожи на моих любимых,
Всех я обнимаю, как юных дев.
Ах, это награда для бедных,
Любое место – это наша родина».

<...> Нищий вошёл в деревню,
Нищий идёт по дороге через поле,
Тихо поёт нищий:
«Ах, это награда для бедных,
Любое место – это наша родина».

зуально-слуховым образом. Описание окружающей героя действительности не столь лирично: «запах сырой рыбы разносится вдоль побережья», «заброшенная тропа» заросла сорняками... Здесь он не может найти пристанища.

В предпоследней строфе «мягкий звон», «тихий звон» – это «эхо песни о родине». В последней же строфе поэт описывает «звон разбитого, развалившегося старинного колокола», «неясный, лживый», но «вечно родной» колокольный звон. Данная антитеза создаёт резкий контраст между мечтой лирического героя о далёкой родной земле и реальностью: в ней он один на чужбине – и только звон старинного колокола напоминает ему о родине, даря надежду, но она ложна. Метонимический звуковой символ объединяет своим семантическим полем все пределы и пейзажные образы огромной родины поэта, и здесь перед нами уже проступают черты географического образа большого объёма. Это – предтеча представлений о пространственном величии Китая как единой территории.

Лирический герой стихотворения «Песня нищего» («乞丐之歌») – странник-бродяга, у которого нет своего дома, потому для него «любое место» – родина.

乞丐走进了村庄
乞丐在田间的道上
乞丐轻轻的歌唱
“啊这是给穷人的恩赏
到处都是我们的家乡

“家乡在荒渡的渡头
家乡在古城的城上
家乡傍那里朦胧的池塘
啊这是给穷人的恩赏
到处都是我们的家乡

“翠柳是我的天帐
牧草是我的轻床
深更里还听得见黄鹂唾醒的歌唱
啊这是给穷人的恩赏
到处都是我们的家乡

<...> “水里的娃娃都像是我的儿郎
老年的翁姬都像是我的爹娘
都像我的爱人我都像抱过 妙龄的女郎
啊这是给穷人的恩赏
到处都是我们的家乡”

<...> 乞丐走进了村庄
乞丐在田间的道上
乞丐轻轻的歌唱
“啊这是给穷人的恩赏
到处都是我们的家乡”

Слово «нищий» («乞丐») в китайском языке обозначает людей, живущих подаянием¹, обычно у них нет ни денег, ни дома, ни собственности. Нищий в китайском сознании ни в коей мере не может быть романтизирован этническим сознанием (в отличие от русского пристрастия к «вольнице» и романтизации «босячества»). Для китайца нищие – жалкие люди с низким статусом, мало того, что они неимущие – нищие не родились и не жили в местах своих скитаний, это не земля их предков. Поэт же в духе символистской эстетики воспекает именно бесприютность и одновременно – «всеприютность» нищих, которые ходят, куда хотят, и куда бы они ни пришли – везде их родина.

Стремясь к далёкому небосклону,
Стремясь к далёким рубежам,
Стремясь к беспорядочно растущему серо-зелёному лесу,
Стремясь на запах едкого табачного дыма –
Путешественник шёл по бесконечной желтоватой тропе.
Много раз спрашивал дорогу, подходя к зеленеющим огородам,
крестьянским полям.
Путешественник, иди вперёд, смотри в безграничные дали.
Путешественник, где твоя родина, где мой родной город?

Не забывай о нашей водосточной канаве,
Не забывай о нашем предместье,
Не забывай о наших старых коровах, привязанных у воды,
Не забывай о нашей тележке с едой, нашем силуэте со спины,
нашем Лайу².
Путешественник шёл по склонам и холмам.
Он спрашивал всех людей на всех улицах во всех городах.
Путешественник, иди вперёд, в необъятную вселенную,
Путешественник, не спрашивай, где радость, а где печаль.

Путешественник (и его *alter ego* – «лирический герой») постоянно слышит наставления и увещевания не забывать о родных краях и том, что он в них оставил – старых коров, водосточную канаву, тележку с едой и т. д. Родина здесь воплощена в конкретных «вещных» образах, очень приземлённых, оттого – особенно уютных и близких, словно сошедших с полотен го-хуа и нянь-хуа. Драматизм заключён в последних строках обеих строф: «Путешественник, иди вперёд, смотри в безграничные дали. / Путешественник, где **твоя** родина, где **мой** родной город?»; «Путешественник, иди вперёд, в необъятную вселенную, / Путешественник, **не спрашивай, где радость, а где печаль**». В заключительных стихах первой строфы лирический герой и

¹ Словарь «Синь Хуа». – Пекин: Коммерческая типография, 2001. – С. 771.

² Лайу – город в провинции Шаньдун.

Автор сравнивает ветви ивы с шатром, траву – с кроватью, подобные образы призваны создать иллюзию дома, таким образом, для лирического героя, у которого нет настоящего дома, дом – повсюду. Возможно, к написанию подобного текста поэта подтолкнули попытки прекратить свои скитания, стремление обрести родное пристанище на чужбине. Не случайно рефреном в стихотворении звучат строки: «Ах, это награда для бедных, / Любое место – это наша родина».

В заключение рассмотрим стихотворение Му Мутяня «С путешественником – по дороге в Мусасино» («与旅人-在武藏野的道路上»):

奔遥遥的天边
奔渺渺的一线
奔杂杂乱乱灰绿的树丛
奔雾瘴瘴的若聚若散的野烟
旅人呀踏破了走不尽头的淡黄的小路
问遍了点点的村庄青青的菜圃满目的农田
旅人呀前进望茫茫的无限
旅人呀哪里是你的家乡哪里是我的故园

不要忘记我们的水沟
不要忘记我们的桥头
不要忘记田边水上拴着我们的老牛
不要忘记我们的菜车我们的背影我们的菜茼
旅人呀走过了那漫坡坡的小丘
问遍了那里的镇市那里的人家那里的街头
旅人呀前进对茫茫的宇宙
旅人呀不要问哪里是欢乐而哪里是哀愁

его спутник задаются вопросом о том, где их («твоя» и «моя») родина. Вторая же строфа подводит к печальному итогу: путь не имеет конца, нужно двигаться сквозь вселенную, ответа на вопрос о том, где находится родной дом, – нет...

Все рассмотренные стихотворения отвечают принципу японской эстетики – *мононоaware*, который упоминался ранее и на который, согласно мнению исследователя Лю Цзина, опирается творчество Му Мутяня. Однако лирика Му Мутяня – это не только стилизация эмоций в синтезе французской и японской эстетики. Это ещё и отражение сложной рефлексии духовной универсалии «родина» в её корреляции с понятием «чужбина» поэтом, чья земля в данный момент топчется сапогами жестоких захватчиков, а он не может ей помочь.

Заключение. Образ родины в стихотворениях сборника «Дрейфующее сердце» Му



Мутяня проявляется чаще иносказательно, аллегорически. Символом родины становится бледный колокольный звон, опадающие цветы, лепестки которых срывает ветер, шатёр из ивовых ветвей у нищего, для которого всюду – иллюзия дома, бесконечный путь путешественника. Эти образы предполагают движение без цели, без конечной точки, они «дрейфуют» под гнётом обстоятельств. Сам образ родины в стихотворениях поэта – «дрейфующий», скитальческий. Сердце лирического героя мечется между родиной и чужбиной, нет ему пристанища, а он сам в постоянном движении. Автобиографический контекст такого образного ряда очевиден: жизнь на чужбине, в Японии, не была Му Мутяню в радость, он тосковал по дому, по родным местам, родным людям, родной культуре. В каждом из рассмотренных стихотворений лирический герой находится в «дрейфе», он – неприкаянный бездомный скиталец, не находящий своего

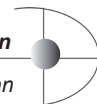
места, но всё жаждущий его обрести на родине.

Несмотря на тесную связь лирики Му Мутяня 20–30-х гг. с принципом *topoaware*, эстетизирующим печаль, и эстетикой французского символизма, стихотворения сборника «Дрейфующее сердце» отражают важнейший этап формирования в китайском культурном сознании представлений о любимой родине, её независимости и силе, её самобытности во всех проявлениях. Открывшие для себя «чужой» мир китайские поэты и писатели в те годы осознают необходимость возрождения и развития единого сильного Китая, способного вобрать инокультурную традицию и усвоить её на свой манер.

Таким образом, творчество китайского поэта Му Мутяня, безусловно, представляет интерес для дальнейших исследований в контексте развития современной китайской литературы и преломления в ней европейских модернистских тенденций.

Список литературы

1. О поэзии – письмо Го Можо // Избранные произведения литературной критики Му Мутяня. 1926. Вып. 3. С. 140. @ @ «谭诗-寄给郭沫若的一封信», «穆木天文学评论选集», 1926, (3) 第, 140 页。
2. Бао Юй. Я не вернувшийся, а прохожий – высоко оценивая «Бледный колокольный звон» Му Мутяня // Литературная эпоха. 2013. Вып. 2. С. 220–221. @ @ 鲍雨.我不是归人,是个过 – 品读穆木天《苍白的钟声》[J].时代文学(下半年), 2013 (02) 第, 页 220–221。
3. Ван Чжунчэнь. Исследование образа Му Мутяня как японского агента в литературе // Журнал «Ли Юнь». Серия «Литература». 2006. № 2. С. 214–225. @ @ 王中忱.日本中介与穆木天的早期文学观杂考.励耘学刊(文学卷), 2006 (01), 页 214–225。
4. Е Вэйцуй. История японской литературной мысли // Экономическая ежедневная пресса. 1997. С. 136. @ @ 叶渭渠. 日本文学思潮史 [M]. 经济日报出版社, 1997. 页 136。
5. Е Вэйцуй. Комментарий к Кавабате Ясунари. Пекин: Китайская академия социальных наук, 1989. С. 213. @ @ 叶渭渠. 川端康成评传 [M]. 中国社会科学出版社, 1989. 页 213。
6. Ли Цзянь. О Му Мутяне и группе «Творчество» // Журнал Университета Чжуншан. Серия «Общественные науки». 1991. Вып. 4. С. 88–96. @ @ 李江论穆木天与创造社, 中山大学学报(社会科学版) 1991. 年第四期, 第 4, 页 88–96。
7. Лю Цаймэй. О поэтическом творчестве Му Мутяня // Дополнительное школьное образование в Китае. 2014. № 3. С. 33. @ @ 刘彩梅. 论穆木天的诗歌创作[J]. 中国校外教育. 2014. № 3. 页 33。
8. Лю Цзин. «Дрейфующее сердце», «Фонарь из красной пряжи» и японская культура // Вестник Чунцинского педагогического университета. Серия «Философия и общественные науки». 2011. № 2. С. 17–20. @ @ 刘静.《旅心》、《红纱灯》与日本文化[J]. 重庆师范大学学报(哲学社会科学版), 2011. № 2. 页 17–20。
9. Лю Цзин. Влияние Японии на формирование творчества Му Мутяня // Вестник Чунцинского университета искусств и наук. Серия «Общественные науки». 2010. № 29. С. 28–30. @ @ 刘静. 穆木天文学起点与日本因素[J]. 重庆文理学院学报(社会科学版), 2010, № 29. 页 28–30。
10. Му Мутянь. Воспоминание о моём поэтическом творчестве: сборник «Песнь изгнанников» // Современность. 1934. Т. 4, вып. 4. @ @ 穆木天:《我的诗歌创作之回顾-诗集流亡者之歌代序》, 原载 1934年2月1日《现代》月刊第四卷第四期。
11. Пэн Яжу. Повсюду – человеческий дом: комментарий к «Опадающим цветам» Му Мутяня // Журнал Кайфэнского профессионального колледжа культуры и искусства. 2020. № 40. С. 32–33. @ @ 彭亚茹.到处是人生的故 – 评穆木天《落花》[J]. 开封文化艺术职业学院学报, 2020. № 40. 页 32–33。
12. Со Жунчан. Обильная коннотация, полезные исследования: ранние символические стихи Му Мутяня и его «Бледный колокольный звон» // Признательность за шедевр. 1989. Вып. 6. С. 20–24. @ @ 索荣昌. 丰富的蕴涵有益的探索 – 穆木天早期象征派诗和他的《苍白的钟声》名作欣赏, 1989. (06). 页 20–24。



13. Чэнь Чунь, Лю Сяньюй. Я и литература // Избранные произведения литературной критики Му Мутяня. Пекин: Изд-во Пекинского пед. ун-та, 2000. С. 427. @@ «我与文学», 见陈淳、刘象愚选编《穆木天文学评论选集》, 北京师范大学出版社 2000 年版, 第 427 页。

14. Чэнь Чунь. Му Мутянь и символизм // Мировая литература и Китай в эпоху глобализации. 2000. С. 367–369. @@ 陈淳穆木天与象征主义全球化时代的世界文学与中国, 2000, 页 367–379。

15. Фэн И. Формирование понятия «Родина» в этническом сознании китайцев (по материалам словарей и текстов классической литературы) // Россия и Китай на дальневосточных рубежах. Народы и культуры Северо-Восточного Китая / под ред. А. П. Забияко, А. А. Забияко. 2020. Вып. 13. С. 237–246.

Информация об авторах

Цмыкал Ольга Евгеньевна, кандидат филологических наук, Амурский государственный университет; 675027, Россия, г. Благовещенск, Игнатьевское шоссе, 21; e-mail: olgatsmykal@yandex.ru; <https://orcid.org/0000-0001-7622-7437>.

Фэн Ишань, аспирант, Амурский государственный университет; 675027, Россия, г. Благовещенск, Игнатьевское шоссе, 21; e-mail: 1024495050@qq.com; <https://orcid.org/0000-0001-5823-1889>.

Вклад авторов

О. Е. Цмыкал – основной автор, выполнил имманентный анализ художественных текстов.

Фэн Ишань выполнил историко-литературные и биографические реконструкции творчества Му Мутяня.

Для цитирования:

Цмыкал О. Е. Фэн Ишань. Образ родины в лирике поэта Северо-Восточного Китая Му Мутяня (на материале стихотворений сборника «Дрейфующее сердце») // Гуманитарный вектор. 2022. Т. 17, № 1. С. 36–46. DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-36-46.

Статья поступила в редакцию 15.12.2021; одобрена после рецензирования 18.01.2022; принята к публикации 21.01.2022.

References

1. "About poetry – a letter of Guo Moruo". Selected works of literary criticism by Mu Mutian, 1926, vol. 3: 140. (In Chin.)
2. Bao Yu. I am not a comeback, but a passer-by – appreciating Mu Mutian's "Pale Bell Ringing". Literary Epoch, pp. 220–221, vol. 2, 2013. (In Chin.)
3. Wang Zhongchen. Investigation of the image of Mu Mutian as a Japanese agent in literature. Li Yun magazine (Series: Literature), no. 2, pp. 214–225, 2006. (In Chin.)
4. Ye Weiqi. History of Japanese literary thought. Economic daily press, 1997. (In Chin.)
5. Ye Weiqi. Commentary on Kawabata Yasunari. Chinese Academy of Social Sciences, 1989. (In Chin.)
6. Li Jiang. About Mu Mutian and the Creativity Group. Journal of Zhongshan University (Series: Social Sciences), no. 4, pp. 88–96, 1991. (In Chin.)
7. Liu Tsaimi. On the poetry of Mu Mutian. Additional school education in China, no. 3, pp. 33, 2014. (In Chin.)
8. Liu Jing. "Drifting Heart", "Red Yarn Lantern" and Japanese Culture. Journal of Chongqing Normal University (Series: Philosophy and Social Sciences), no. 2, pp. 17–20, 2011. (In Chin.)
9. Liu Jing. The influence of Japan on the formation of Mu Mutian's creativity. Journal of the Chongqing University of Arts and Sciences (Series: Social Sciences), no. 29, pp. 28–30, 2010. (In Chin.)
10. Mu Mutian. "Recollection of my poetry – collection" "Song of the Exiles". Journal "Modernity", vol. 4, is. 4, 1934. (In Chin.)
11. Peng Yazoo. Everywhere there is a human home. Commentary on "Falling Flowers" by Mu Mutian [J], no. 40, pp. 32–33, 2020. (In Chin.)
12. Suo Rongchang. Abundant connotation, useful research – Early symbolic poems by Mu Mutian and his "Pale Bell Ringing". Appreciation for the Masterpiece, vol. 6, pp. 20–24, 1989. (In Chin.)
13. Chen Chun, Liu Xianyu. Me and Literature. Selected Works of Literary Criticism Mu Mutian. Peking Normal University Press, 2000: 427. (In Chin.)
14. Chen Chun. Mu Mutian and symbolism. World literature and China in the era of globalization. 2000: 367–369. (In Chin.)
15. Feng I. Formation of the concept of "Homeland" in the ethnic consciousness of the Chinese (based on materials from dictionaries and texts of classical literature). Russia and China on the Far Eastern borders. Peoples and Cultures of Northeast China. Ed. by A. P. Zabyako, A. A. Zabyako, 2020, Is. 13: 237–246. (In Rus.)



Information about authors

Tsmykal Olga E., Candidate of Philological Sciences, Amur State University; 21 Ignatievskoe sh., Blagoveshchensk, 675027, Russia; e-mail: olgatsmykal@yandex.ru; <https://orcid.org/0000-0001-7622-7437>.

Feng Yishan, Postgraduate Student, Amur State University; 21 Ignatievskoe sh., Blagoveshchensk, 675027, Russia; e-mail: 1024495050@qq.com; <https://orcid.org/0000-0001-5823-1889>.

Contribution of authors

O. E. Tsmykal – the main author, an immanent analysis of literary texts.

Feng Yishan – historical, literary and biographical reconstructions of Mu Mutian's work.

For citation

Tsmykal O. E., Feng Yishan. The Image of the Homeland in the Lyrics of the Poet of Northeastern China Mu Mutian (Based on the Poems from the Collection *Drifting Heart*) // Humanitarian Vector. 2022. Vol. 17, No. 1. PP. 36–46. DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-36-46.

Received: December 15, 2021; approved after reviewing January 18, 2022; accepted for publication January 21, 2022.

ИГРА В БИСЕР: СКРЫТЫЕ СМЫСЛЫ ТЕКСТА

THE GLASS BEAD GAME: HIDDEN MEANINGS OF THE TEXT

Научная статья

УДК 821.161.1

DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-47-54

«Добро и зло как прах могильный...»: образ художественной реальности в стихотворении А. А. Фета

Надежда Валерьевна Цепелева

Новосибирский государственный медицинский университет, г. Новосибирск, Россия

sepelevanv@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-4825-1928>

Статья посвящена одной из «вечных» тем и проблем русской литературы и философии – проблеме добра и зла. Актуальность исследования определяется некоторым упрощённым рассмотрением данной темы в школе и вузе. Цель исследования – сквозь призму творчества А. А. Фета раскрыть этические и духовные аспекты обозначенной проблемы, показать общность художественных и философских исканий русских мыслителей XIX–XX вв. в данной области. Исследование проведено с использованием историко-философского, сравнительного, герменевтического и дескриптивного методов изучения имеющихся источников по данной проблеме, а также приёма реконструкции и метода литературоведческого анализа основных поэтических образов и идей рассматриваемого стихотворения. Автором показана особенность воссоздания поэтом художественной реальности в контексте «добра и зла». В статье отмечено, что перед читателями предстаёт христианская картина мира и христианское осмысление данной проблемы. Автор статьи на основе творчества А. А. Фета показывает, с одной стороны, неравнозначность морального и духовного аспектов проблемы добра и зла, а с другой – их взаимосвязь. В статье делается вывод о том, что способность различать моральные и духовные стороны названной проблемы позволяет более глубоко осмыслить вопрос о добре и зле, уйти от его стереотипного диалектического рассмотрения в контексте идеи свободного выбора. Примером такого глубокого раскрытия этико-философской проблемы в художественном контексте может послужить, по мнению автора, стихотворение А. А. Фета, созвучное духовным исканиям русских религиозных философов XIX–XX вв.

Ключевые слова: добро, зло, этика, нравственность, духовность, личность, художественная реальность

Original article

“Good and Evil are Like Grave Dust...”: the Image of Artistic Reality in the Poem by A. A. Fet

Nadezhda V. Tsepeleva

Novosibirsk State Medical University, Novosibirsk, Russia

sepelevanv@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-4825-1928>

The article is devoted to one of the “eternal” themes and problems of Russian literature and philosophy – the problem of good and evil. The relevance of the study of the problem of good and evil is determined by some simplified consideration of this topic at school and university. Hence, the purpose of the undertaken research is to reveal the ethical and spiritual aspects of the designated problem through the prism of the work by A. A. Fet, to show the commonality of the artistic and philosophical searches of Russian thinkers of the 19th–20th centuries in this area. On the basis of the research undertaken in the article, which was carried out using the historical-philosophical, comparative, hermeneutic and descriptive methods of studying, the available sources on this issue, as well as the method of reconstruction and the method of literary analysis of the main poetic images and ideas

© Цепелева Н. В., 2022





of the poem in question, the author showed the peculiarity of recreating the poet of artistic reality in the analyzed poem, which served as the basis for the poetic solution of the "eternal" theme. The article notes that the readers are presented with the Christian picture of the world and the Christian understanding of the problem of good and evil, with its highlighting of the moral and spiritual aspects. The author of the article, referring to the poem by A. A. Fet as an illustration, shows, on the one hand, the unequal moral and spiritual aspects of the problem of good and evil, and on the other hand, their relationship. The article concludes that the ability to distinguish between the moral and spiritual aspects of this problem allows one to comprehend the issue of good and evil more deeply, to get away from its stereotypical dialectical consideration in the context of the idea of free choice. An example of such a deep disclosure of the ethical and philosophical problem in an artistic context can serve, according to the author, a poem by A. A. Fet, consonant with the spiritual quest of Russian religious philosophers of the 19th–20th centuries.

Keywords: good, evil, ethics, morality, spirituality, personality, artistic reality

Введение. Философские идеи пронизывают всю национальную культуру и литературу в том числе. Связь философии и литературы очевидна. Литература обладает мощным влиянием и способна доносить сложные философские идеи в художественной, красочной, образной форме, раскрывая их значение не посредством отвлеченных понятий, а посредством запоминающихся образов героев, их идей, неоднозначных поступков и описания сложных жизненных коллизий. Весь этот потенциал литературы позволяет привлечь огромное количество людей, в том числе, учащих к философской тематике и проблематике. Не случайно в этом плане обращение к художественности, образности многих великих мыслителей, например Платона, Т. Мора, Т. Кампанеллы, Ж. П. Сартра, А. Камю, Ф. М. Достоевского, Л. Н. Толстого и т. д. Особенно тесная связь существует между русской литературой XIX в. и философией. Однако для раскрытия всего философского потенциала того или иного произведения русского поэта или писателя порой не хватает определённой философской культуры. Поэтому здесь, конечно, на первый план выдвигается личность учителя, преподавателя и его сформированная культура мышления, позволяющая раскрыть не только поэтические аспекты, но и мировоззренческие глубины творчества того или иного художника.

Цель данного исследования – на примере стихотворения А. А. Фета «Добро и зло» показать неоднозначность трактовки «вечной темы» добра и зла в литературе, тем самым подвести читателя к философскому осмыслению проблемы добра и зла в русле определённой этико-философской и религиозной (христианской) рефлексии, раскрыв моральные и духовные аспекты обозначенной проблемы.

Актуальность исследования проблемы добра и зла связана с наличием много-

численных работ по данной проблематике корифеев этической науки [1–4], а также современных исследователей [5–9]. Неоднозначность дефиниций добра и зла в историко-философской мысли позволяет нам классифицировать данные трактовки по нескольким направлениям [10]:

1) имманентная трактовка добра, ориентированная на выявление смысла добра, внутренне присущего реальному человеческому бытию, и вытекающая из эмпирической (чувственной, разумной, общественной и т. д.) реальности человека;

2) трансцендентный тип трактовки добра, основанный на идее высшего начала, абсолютной ценности. Добро в этом случае истолковывается как выражение воли или разума абсолютного начала, либо оно выводится из некоей недоступной познанию «сущности», либо из космического закона или мировой идеи.

В работе «Проблема добра и зла в учении Н. О. Лосского» [10] в контексте имманентного подхода к восприятию и интерпретации феномена добра мы относим: 1) античные этические теории (воззрения Гераклита, софистов, Сократа, Аристотеля и др.); 2) этические учения Возрождения и Нового времени (этические взгляды Т. Гоббса, Б. Спинозы, Дж. Милля, Дж. Локка, Ж. Ж. Руссо, И. Канта и др.); 3) этические учения новейшего времени. К трансцендентному типу трактовки добра, на наш взгляд, можно отнести, например, этические учения Платона и неоплатоников, стоиков, средневековых мыслителей; учения Лейбница, Шеллинга, Гегеля, русских религиозных философов (В. С. Соловьёва, Н. А. Бердяева, Л. М. Лопатина, С. Н. Булгакова, И. А. Ильина, Л. Н. Толстого, С. Л. Франка и др.).

На фоне многочисленных работ, предлагающих свой подход к проблеме добра и зла, представляется интересным просле-



дить взаимосвязь русской философской рефлексии, религиозных идей в совокупности с художественными находками русских писателей и поэтов. В этом плане очень значима интерпретация «вечной» проблемы А. Фетом, который в небольшом стихотворении раскрывает через призму мировосприятия лирического героя свой взгляд на обозначенную проблему. Следует отметить, что тема взаимосвязи философии и литературы XIX в. является одной из интересных, но она порой ограничивается общими рассуждениями о философских основах творчества того или иного поэта. В отношении А. Фета можно выделить ряд работ, раскрывающих особенности религиозного мировоззрения поэта в контексте его творчества [11–13]. Однако мы не найдём исследований, посвящённых конкретной философской проблеме и её преломлению в творчестве поэта, рассмотренной сквозь призму историко-философских решений в целом.

Методология и методы исследования. В процессе интерпретации проблемы «добра и зла», значимой для русской литературы и заявленной в стихотворении А. Фета, использованы приемы герменевтического анализа в его историко-литературном и философском понимании. Последнее, на наш взгляд, становится крайне важным для осмысления морального и духовного аспектов обозначенной проблемы. Герменевтическая методика, применённая к тексту А. А. Фета, показывает взаимосвязь этического дискурса с целым кругом философских проблем, прежде всего, с особым пониманием реальности поэтом. В исследовании также использованы концептуально-сравнительный и дескриптивный методы изучения имеющихся источников по данной проблеме, а также приёмы реконструкции и метод литературоведческого анализа основных поэтических образов и идей рассматриваемого стихотворения, автором показана особенность воссоздания поэтом художественной реальности, представленной в стихотворении «Добро и зло». Обращаясь к знаковым словесным образам и идеям стихотворения А. А. Фета, автор статьи реконструирует определённую философскую картину мира, послужившую основой поэтической образности названного стихотворения, отмечает, что перед читателями предстаёт именно христианское видение мира и христианское осмысление проблемы добра и зла.

Результаты исследования и их обсуждение. Название стихотворения «Добро и зло» отсылает нас к извечной теме борьбы доброго и злого начал, являющейся до сих пор мучительной проблемой для каждого человека. Вместе с тем актуально стереотипное восприятие данной проблемы, которое сводится к мысли о необходимости выбора между добром и злом. Однако стихотворение Фета не так однозначно, как непроста и сама проблема добра и зла, поставленная философами и этиками.

Своеобразие А. Фета в трактовке проблемы добра и зла заключается в восприятии данной темы в свете «духовного реализма», присущего, по утверждению В. Ш. Сабирова, всей русской литературе XIX века [14, с. 13]. В стихотворении А. Фет предстаёт как философ-художник. Он раскрывает предельные основания человеческой души, показывая низшее, сатанинское, богоборческое начало и начало высокое, божественное, присутствующее в человеке. В связи с этим углубляется сама постановка проблемы добра и зла, которая рассматривается поэтом в свете христианской антропологии.

Обратимся непосредственно к тексту произведения:

Два мира властвуют от века
Два равноправных бытия:
Один объёмлет человека,
Другой – душа и мысль моя.

И как в росинке чуть заметной
Весь солнца лик ты узнаёшь,
Так слитно в глубине заветной
Все мирозданье ты найдёшь.

Не лжива юная отвага:
Согнись над роковым трудом –
И мир свои раскроет блага;
Но быть не мысли божеством.

И даже в час отдохновенья,
Подъёмля потное чело,
Не бойся горького сравненья
И различай добро и зло.

Но если на крылах гордыни
Познать дерзаешь ты, как бог,
Не заноси же в мир святыни
Своих невольничьих тревог.

Пари всезрящий и всеильный,
И с незапамятных высот
Добро и зло, как прах могильный,
В толпы людские отпадёт.



Отметим, что уже в первой строфе лирический герой демонстрирует своё воззрение на мир. Здесь задаётся определённая картина мира, в которой на равных правах сосуществуют две реальности или две плоскости бытия: мир объективный, природный и мир субъективный, представленный «душой и мыслью». Казалось бы, концепция мира и человека, заявленная в стихотворении, достаточно традиционна. Она характеризуется, с одной стороны, дуализмом (мир природы и мир души), а с другой – антропоцентризмом и теоцентризмом, поскольку эти два мира сосредоточены в самом человеке. При этом человек является частью мира, частью органического целого. Поэт отмечает, что человек – это микрокосм, в котором можно найти макрокосм:

...Так слитно в глубине заветной
Всё мирозданье ты найдёшь.

Подобные идеи мы можем найти как в западноевропейской, так и в восточной религиозно-философской традиции (например, русская философия, ведическая традиция и т. д.). Однако перед нами не языческое соотношение микро- и макрокосмоса. В доказательство теоцентричности взгляда поэта обращает на себя внимание первая строка, в которой говорится о том, что два мира «царствуют от века». Слово «век», введённое в поэтический язык данного стихотворения, показывает существование этих двух миров во времени. Мы помним, что время в христианстве – это условие существования конечных вещей, оно творится Богом вместе с миром в отличие от языческого понимания времени и пространства. Поэтому уже по первой строчке мы можем судить о христианском типе художественной реальности, присутствующей в данном стихотворении.

Указанием на христианскую концепцию мира является аналогия, приведённая поэтом во второй строфе стихотворения:

И как в росинке чуть заметной
Весь солнца лик ты узнаёшь...

Образ солнца является достаточно распространённой природной аналогией Святой Троицы. От солнца исходят лучи и свет, подобно тому, как от Святого Отца вечно и нераздельно происходят Святой Сын и Святой Дух.

Не случайно, на наш взгляд, поэт употребляет во второй строфе слова «душа» и «мысль», характеризуя внутренний, субъек-

тивный мир человека. Вероятно, для поэта важно подчеркнуть не столько чувствующее, эмоциональное начало в человеке, сколько разумное и духовное, понимаемое как связь личности с трансцендентным миром, с Богом. На данный факт указывает особое выделение мышления (мысли) из всех душевных свойств и познавательных способностей человека. Слова «мысль» или идея в философии часто передаются греческим словом «логос». Греческое слово «логос» достаточно многозначно. Как отмечается в комментариях А. И. Сидорова к работам Максима Исповедника, логос предмета – это его образующее начало, смысл, закон его бытия. Он составляет внутреннюю и духовную (мысленную) сущность предмета. Все логосы мира – это не что иное, как идеи (мысли) Божии, содержащие бытие мира [15, с. 512]. Здесь тоже важно выявить различие языческого греческого понимания логоса мира, который мы видим у Гераклита, у стоиков, и христианского понимания логоса. Логос в античной философии – это безличное существо, разумный принцип бытия мира. Логос в христианстве – это *личностное* начало, Вторая Ипостась, Бог Иисус Христос (Ин. 1:1–3). В этой связи поэт указывает на универсальную тайну человеческой личности, говоря о заветной глубине человека. Как непостижим и непознаваем христианский Бог, там таинственна и непостижима человеческая личность.

Третья и четвёртая строфы стихотворения раскрывают драматизм человеческой жизни, предназначение человека. Поэт рассуждает в духе христианской антропологии, рисует жизнь человека полной лишений, «рокового труда», которая усугубляется ещё более тяжкой долей – горькой необходимостью различать всегда и везде добро и зло. Действительно, согласно христианской концепции, человек – странник и страдалец в этом мире. Его земной путь – это путь терний, и причина этого кроется в грехопадении человека. Разорвав с Богом, люди утратили свою основу в Боге, мир и человек стали падшими, смерть вошла в их основание. Спасение мира и человека совершается через историю. История всё более обнажает борьбу добра и зла, устраняет всё то, что отчасти добро, а отчасти зло. Путь человека – это борьба за добро, за жизнь в Боге, которая прежде всего начинается с самого человека, со смирения своей гордыни. Поэтому в стихотворении поэт указывает, что



человеческое смирение поможет открыть блага мира, а страдальца ждёт награда:

Согнись над роковым трудом –
И мир свои раскроет блага.

Безусловно, в этих строках речь идёт не о земных благах мира, а о духовных благах, которые будут дарованы человеку после смерти. Лирический герой предупреждает нас «не быть, как боги...», намекая вновь о возможности катастрофы грехопадения. На подобное истолкование этой строки указывает эпитет «роковой». В данном контексте эпитет «роковой» обозначает не просто тяжёлый, безрезультатный труд, а труд, связанный с роком, то есть с судьбой, с судом Бога, в итоге со смертью: грех и вместе с ним падший человек должны умереть. Так поэт подходит к проблеме грехопадения.

В падении Адама и в грехе его потомков зло проявилось в нравственной дезориентации человека. Слово «грех» в переводе означает «промах мимо цели». Человек в грехопадении отклонился от цели в плане Божественного предназначенья – стать причастником Божией благодати. В. В. Зеньковский в своей работе «Основы христианской философии» указывает, что зло как сущность не существует, суть зла и грехопадения состояла в разрыве человека с Богом, произошедшим вследствие наличия свободной воли человека [16]. Первоначально зло возникло в ангельском мире (падение Денницы), но ангелы, не имея плоти, не могут существенно повлиять на бытие. Они внесли расстройство в природу через искушение человека, что и произошло с первыми людьми.

Лирический герой рассматриваемого поэтического текста придерживается идеи наличия у человека свободной воли и рассматривает ситуацию дерзновенного познания, когда человек пытается стать «как бог», стремится к знанию, подобному Божественному Всеведению:

Но если на крылах гордыни
Познать дерзаешь ты, как бог...

Такое познание, осуществляемое на основе гордыни, становится в глазах лирического героя дерзостью. Мы вновь посредством поэтических строк обращаемся к серьёзной философской, а именно антропологической теме и проблеме – искушение первых людей и их грехопадение. В настоящее время, наверное, каждый понимает, что запрет не есть плода с древа познания добра и зла означает не запрет познания вооб-

ще, не направленность христианства против науки и познавательной деятельности вообще, а запрет познания именно добра и зла, только не в теоретическом, а практическом плане, то есть в плане приобщения, соучастия, делания зла. Вспоминается известная фраза: «Будете, как боги, знающие добро и зло» (Быт. 3:5). По мнению Н. А. Бердяева, возникновение познания добра и зла имеет две принципиально различные стороны, и с этим связан парадокс генезиса добра и зла, отмечаемый мыслителем:

1. Когда человек познаёт добро и зло, он теряет невинность и целостность, так как отпадает от Бога и, как следствие, изгоняется из рая.

2. Грехом, по Н. Бердяеву, является не само познание и отпадение от Бога. Само познание – это положительное благо, обнаружение смысла. Но срывание с древа познания добра и зла означает приобретение злого и безбожного жизненного опыта, опыта возврата человека к теме небытия, противление самому творению мира [17]. Н. А. Бердяев пишет, что для приобретения высшего ведения человек в момент грехопадения пошёл внешним путём овладения природой (через вкушение плода), тем самым подчинил себя внешним началам, то есть природе, стал рабом внешних начал бытия, стал зависимым от мира, утратив своё царское положение. Изменение данной ситуации философ считает возможным на путях внутреннего преображения человека.

И вновь то ли предостережение, то ли повеление-просьба звучит в стихотворении А. Фета:

Не заноси же в мир святыни
Своих невольничьих тревог.

Интересен сам эпитет «невольничий», используемый автором. О каких же «невольничьих тревогах» говорит поэт? Слово «невольник» в контексте всего строя произведения можно трактовать двояко: невольник – раб, то есть человек как раб Божий. Конечно, фразу «человек как раб Божий» стоит понимать не в социально-политическом, а духовном плане. Известный русский философ Л. П. Карсавин в своё время указывал, что «человек для восточного религиозного сознания не раб, отпущенный на оброк в отхожий промысел и потом получающий мзду по делам своим; но – сын Божий, никогда окончательно не утрачивающий единства с Отцом» [18, с. 55]. В смысловом



строе произведения более важным оказывается, на наш взгляд, второе значение: невольник – человек, не обретший свободу воли; пленник, ставший таковым вследствие грехопадения, то есть пленник греха. В силу этого он имеет искажённое мировосприятие, в том числе и о «мире святыни», Царстве Духа. Поэтому дальнейшая судьба человека, дерзновенно опирающегося на свой гордый разум, плачевна. В нём побеждает сатанинское начало:

Пари всезрящий и всеильный...

А добро и зло возвращаются в людской мир, поскольку данные моральные понятия – это понятия падшего сознания [19]:

И с незапамятных высот
Добро и зло, как прах могильный,
В толпы людские отпадёт.

Знаменательно сравнение добра и зла с «прахом могильным», вновь указывающее на влияние христианского мировоззрения на весь идейно-художественный строй стихотворения. С одной стороны, можно увидеть, что только зло названо могильным прахом, поскольку зло – это разрушение, страдание, смерть. С другой стороны, как было сказано выше, это понятия, возникшие после грехопадения, после утраты непосредственной связи с Богом. С момента восстановления целостного человека, достижения им обожения, с момента преображения мира (смерти греховного мира) и человека исчезнут и они. Новый человек, живущий во Христе, не нуждается в различении добра и зла, поскольку преображённый человек – это не моральная, а духовная личность. В этом ключе важно замечание Н. А. Бердяева о трагизме морального сознания, которое не может победить жестокости, добро не может победить зла. Только Евангелие, по мнению философа, понимает и указывает новые пути – любовь к врагам, неосуждение ближнего, человек выше субботы и т. д. Поэтому мы видим, что в стихотворении добро и зло сравниваются с могильным прахом, то есть с временностью, тленностью, изменчивостью и являются преходящими, относительными, а не вечными ценностями.

Заключение. Предложенная интерпретация стихотворения А. Фета позволяет сделать следующие выводы.

В художественном решении А. Фета тема «добра и зла» предстаёт как многогранная проблема. Поэт показывает данные понятия не как социальные или исключительно моральные, а заостряет внимание на неоднозначном духовном аспекте проблемы. Философия А. Фета основывается на христианском мировосприятии. Обращаясь к художественной реальности поэтического произведения, мы видим не просто дуальную, мифологическую картину мира, свойственную дохристианскому сознанию. Здесь представлен не абстрактный космос греков, Брахма или Дао восточной культуры с их идеями изначального равенства духа и материи, добра и зла, их вечности, нерасторжимости и соизмеримости. Перед нами предстаёт христианская концепция мира и человека, в контексте которой рассматривается проблема добра и зла.

А. Фет раскрывает абсолютное и относительное, духовное и моральное добро. Подобное фокусирование проблемы характерно для большинства этических исследований русских религиозных философов конца XIX – начала XX в.: Н. А. Бердяева, Б. П. Вышеславцева, Н. О. Лосского и др. Кроме того, нельзя не упомянуть Ф. М. Достоевского, который, разделяя моральное и духовное добро и зло, так же показывает их взаимосвязь. Писатель считал, что человеку необходимо не только добро, понимаемое как соблюдение социальных норм, общественного мнения, но и духовное добро, позволяющее человеку совершенствоваться духовно. Следовательно, поэтическая интерпретация А. Фетом этико-философской проблемы добра и зла сближает позицию поэта с рядом исканий русских религиозно-философских мыслителей конца XIX – начала XX в., раскрывающих взаимосвязь имманентного и трансцендентного добра. Художественное решение А. Фета обозначенной проблемы позволяет более глубоко осмыслить в настоящее время этическую проблему добра и зла, уйти от её поверхностного рассмотрения.

Список литературы

1. Апресян Р. Г. Постигание добра. М.: Молодая гвардия, 1986. 207 с.
2. Постигая добро: сборник статей: к 60-летию Р. Г. Апресяна / отв. ред. и сост. О. В. Артемьева, А. В. Прокофьев. М.: Альфа-М, 2013. 430 с.
3. Дробницкий О. Г. Моральная философия. М.: Гардарики, 2002. 523 с.

4. Коган Л. Н. Зло. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1992. 110 с.
5. Ковалева С. В. Феномен добра в контексте философско-культурологического исследования. Кострома: Изд-во КГТУ, 2009. 123 с.
6. Dennis L. Sansom. The Perichoresis of the Trinity Overcoming the Moral Gap and the Theological Foundations of Christian Ethics // Philosophy and Theology. 2020. Vol. 32, is. 1–2. Pp. 119–147.
7. Жикаренцев В. В. Путь к свободе. Добро и зло – игра в дуальность. М.: Прайм: АСТ, 2018. 285 с.
8. Микушина Т. Н. Добро и зло. Омск: Сириус, 2018. 471 с.
9. David Clark Tertullian on Divine Sovereignty and Free Will A Christian/Stoic Resolution // Philosophy and Theology. 2019. Vol. 31, is. 1–2. Pp. 3–19.
10. Цепелева Н. В. Проблема добра и зла в философии Н. О. Лосского: монография. Новосибирск: ЭНСКЕ, 2009. 144 с.
11. Emily Klenin Fet and Maria Lazič // Russian Literature. 1991. Vol. 30, is. 2. 15 August. Pp. 135–198.
12. Калинин Л. А. Философско-поэтическое мировоззрение А. А. Фета: влияние И. Канта и А. Шопенгауэра. Калининград: Изд-во Балт. федер. ун-та, 2016. 208 с.
13. Саяпова А. М. Диалог творческого сознания А. А. Фета с Востоком (Фет и Хафиз). М.: Флинта: Наука, 2010. 164 с.
14. Соина О. С., Сабиров В. Ш. Философская антропология Ф. М. Достоевского. СПб.: Изд-во РХГА, 2021. 352 с.
15. Максим Исповедник, преп. Вопросы-ответы к Фалассию / предисл. и коммент. А. И. Сидорова. М.: Сибирская Благовонница, 2021. 974 с.
16. Зеньковский В. В. Основы христианской философии: сборник. М.: Институт рус. цивилизации, 2010. 1066 с.
17. Бердяев Н. А. О назначении человека: опыт парадоксальной этики. М.: Республика, 1993. 383 с.
18. Карсавин Л. П. Восток, Запад и русская идея. Петербург: Академия, 1922. 80 с.
19. Свешников Владислав, прот. Очерки христианской этики. М.: Паломник, 2000. 622 с.

Сведения об авторе

Цепелева Надежда Валерьевна, кандидат философских наук, доцент; Новосибирский государственный медицинский университет; 630008, Россия, г. Новосибирск, Красный пр-т, 52; e-mail: sepelevanv@mail.ru; <https://orcid.org/0000-0003-4825-1928>.

Для цитирования

Цепелева Н. В. «Добро и зло как прах могильный...»: образ художественной реальности в стихотворении А. А. Фета // Гуманитарный вектор. 2022. Т. 17, № 1. С. 47–54. DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-47-54.

Статья поступила в редакцию 10.12.2021; одобрена после рецензирования 15.01.2022; принята к публикации 25.01.2022.

References

1. Apresyan, R. G. Comprehension of the good. Moscow: Molodaya gvardiya, 1986. (In Rus.)
2. Comprehending goodness: a collection of articles: to the 60th anniversary of RG Apresyan. Moscow: Alfa-M, 2013. (In Rus.)
3. Drobnitsky, O. G. Moral philosophy. Moscow: Gardariki, 2002. (In Rus.)
4. Kogan, L. N. Evil. Yekaterinburg: Ural. University, 1992. (In Rus.)
5. Kovaleva, S. V. The Phenomenon of the Good in the Context of Philosophical and Cultural Research. Kostroma: Publishing house of KSTU, 2009. (In Rus.)
6. Dennis, L. Sansom. The Perichoresis of the Trinity Overcoming the Moral Gap and the Theological Foundations of Christian Ethics. Philosophy and Theology. Volume 32, Issue 1–2, 2020. P. 119–147. (In Engl.)
7. Zhikarantsev, V. V. The path to freedom. Good and evil are a game of duality. Moscow: Prime: AST, 2018. (In Rus.)
8. Mikushina, T. N. Good and evil. Omsk: Sirius, 2018. (In Rus.)
9. David Clark Tertullian on Divine Sovereignty and Free Will A Christian/Stoic Resolution. Philosophy and Theology, volume 31, issue 1–2, pp. 3–19, 2019. (In Engl.)
10. Tsepeleva, N. V. The problem of good and evil in the philosophy of N. O. Lossky. Novosibirsk: ENSKE, 2009. (In Rus.)
11. Emily Klenin. Fet and Maria Lazič. Russian Literature, vol. 30, issue 2, pp. 135–198, 15 August 1991. (In Engl.)



12. Kalinnikov, L. A. Philosophical and poetic worldview of A. A. Fet: the influence of I. Kant and A. Schopenhauer. Kaliningrad: Publishing house of the Baltic Federal University, 2016. (In Rus.)
13. Sayapova, A. M. Dialogue of A. A. Fet's creative consciousness with the East: (Fet and Hafiz). Moscow: Flinta: Nauka, 2010. (In Rus.)
14. Soina, O. S., Sabirov V. Sh. Philosophical anthropology of F. M. Dostoevsky. Monograph. SPb: Publishing house of the RKhGA, 2021. (In Rus.)
15. Maxim Ispovednik. Question-answers to Falassius / foreword and comments. A. I. Sidorova. Moscow: Siberian Blagozvonitsa, 2021. (In Rus.)
16. Zenkovsky, V. V. Christian philosophy: collection. Moscow: Institute Rus. civilization, 2010. (In Rus.)
17. Berdyaev, N. A. On the appointment of a person: Experience of paradoxical ethics. Moscow: Respublika, 1993. (In Rus.)
18. Karsavin, L. P. East, West, and the Russian idea. Petersburg: Academy, 1922. (In Rus.)
19. Vladislav, prot. (Sveshnikov). Essays on Christian Ethics. Moscow: Palomnik, 2000. (In Rus.)

Information about author

Tsepeleva Nadezhda V., Candidate of Philosophy, Associate Professor; Novosibirsk State Medical University; 52 Krasny ave., Novosibirsk, 630008, Russia, e-mail: cepelevanv@mail.ru; <https://orcid.org/0000-0003-4825-1928>.

For citation

Tsepeleva Nadezhda V. "Good and Evil are Like Grave Dust...": the Image of Artistic Reality in the Poem by A. A. Fet // Humanitarian Vector. 2022. Vol. 17, No. 1. PP. 47–54. DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-47-54.

Received: December 10, 2021; approved after reviewing January 15, 2022; accepted for publication January 25, 2022.

<http://www.zabvektor.com>

ISSN 2542-0038 (Online) ISSN 1996-7853 (Print)

Научная статья

УДК 821.161.09

DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-55-64

**Трансформация идентичности литературного героя
в художественном зеркале бурятских романов:
от советского к постсоветскому**

Цзин Жуге¹, Ирина Сергеевна Болдонова²

¹Институт иностранных языков Шанхайского университета Цзяотун, г. Шанхай, КНР

²Нанькайский университет, г. Тяньцзинь, КНР

¹jingxiao777777@yandex.com, <https://orcid.org/0000-0002-1341-0039>

²irina_duncan@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-9150-3492>

В статье авторы осуществляют попытку на основе анализа с точки зрения неоисторизма вновь взглянуть на историю развития бурятских романов, проанализировать особенности конструирования идентичности главных героев в произведениях, написанных известными бурятскими писателями на разных исторических этапах. Актуальность обусловлена отсутствием в научной литературе работ, посвящённых выявлению трансформации идентичности литературных героев под влиянием исторических эпох. Целью данной статьи также является изучение влияния различных исторических контекстов на творчество писателей, чтобы выявить закономерность проявления этнической идентичности бурят в исторически обусловленной динамике общественного развития и их художественное воплощение. Материалом исследования послужили наиболее известные романы бурятских писателей XX в. Являясь значимым жанром бурятской литературы, роман имеет естественную связь с историей с момента своего зарождения, что делает его ещё одним каналом для понимания влияния исторического процесса на идентичность бурят. Авторы анализируют бурятские романы, которые являются художественным средством для бурятских писателей, с помощью которых они могут писать о национальной идентичности. Бурятские романы находятся под влиянием социальной и исторической среды и имеют особенности на разных этапах истории. Исторические события и персонажи, изображённые в бурятских романах, в художественной форме отразили процесс трансформации идентичности. В качестве результатов исследования авторы приходят к выводу о том, что идентичность героев проходит этапы от стремления унификации под воздействием советской идеологии до формирования новой идентичности гражданина СССР, возрождения этнической идентичности – на новом этапе. К перспективам исследования можно отнести изучение трансформации идентичности в других родах бурятской литературы.

Ключевые слова: бурятский роман, этническая идентичность, трансформация идентичности, литературный герой, воображаемое сообщество, неоисторизм, исторический процесс

Original article

**Transformation of a Literary Character's Identity in the Artistic Mirror of Buryat Novels:
from Soviet to Post-Soviet**

Jing Ruge¹, Irina S. Boldonova²

¹Institute of Foreign Languages, Shanghai Jiao Tong University, Shanghai, China

²Nankai University, Tianjin, China

¹jingxiao777777@yandex.com, <https://orcid.org/0000-0002-1341-0039>

²irina_duncan@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-9150-3492>

In this article, the authors make an attempt based on an analysis from the point of view of neo-historicism to look again at the history of the development of Buryat novels, to analyze the features of constructing the identity of the main characters in works written by famous Buryat writers at different historical stages. The relevance is due to the absence of scientific works devoted to identifying the transformation of the identity of literary characters under the influence of historical eras. The purpose of this article is also to study the influence of various historical contexts on the work of writers in order to find out the pattern of manifestation of the ethnic identity of the Buryats in the historically determined dynamics of social development and their artistic embodiment. The most famous novels by Buryat writers of the 20th century served as the material for the study. Being a significant genre of Buryat literature, the novel has a natural connection with history since its inception, which makes it another channel for understanding the influence of the historical process on the identity of the Buryats. The authors

© Цзин Жуге, Болдонова И. С., 2022





analyze Buryat novels, which are an artistic medium for Buryat writers, with which they can write about national identity. Buryat novels are influenced by the social and historical environment and have features at different stages of history. Historical events and characters depicted in Buryat novels reflected the process of identity transformation in artistic form. The authors come to the conclusion that the identity of the heroes goes through stages from the desire for unification under the influence of Soviet ideology to the formation of a new identity of a USSR citizen, and to the conclusion about the revival of ethnic identity at a new stage. The research perspectives include the study of the transformation of identity in other genres of Buryat literature.

Keywords: Buryat novel, ethnic identity, identity transformation, literary hero, imaginary community, neo-historicism, historical process

Введение. Актуальность исследования обусловлена отсутствием в научной литературе работ, посвящённых выявлению в бурятских романах трансформации идентичности литературных героев под влиянием исторических эпох. В публикациях рассматриваются изменения самосознания персонажей, их эволюция в социокультурном и политическом контекстах, но учёные не анализируют проблему трансформации этнической идентичности, включая причины и предпосылки данного явления.

О проблеме этнической идентичности бурят имеется ряд работ, прежде всего, учёных Республики Бурятия. З. А. Серебрякова посвятила несколько работ национальному характеру в бурятских романах XX в. [1]; Г. Б. Мархадаев изучил особенности национального характера в бурятском романе XXI в. [2]; явлениям трансформации идентичности бурят под воздействием социально-экономических условий посвящены работы Э. В. Хилхановой и Д. Л. Хилханова [3]; С. Ж. Балданов пишет о влиянии на идентичность бурят метисации и языковой ассимиляции [4]; Л. Ц. Халхарова посвящает исследования этнической идентификации бурят в художественном творчестве [5]; в монографии И. С. Болдоновой говорится об особенностях проявления бурятской идентичности в контексте евразийского пограничья [6]. Проблема трансформации идентичности литературного героя в бурятском романе под влиянием исторического развития ещё мало изучена.

Роман как жанр стал наилучшим средством для интерпретации истории, которая всегда меняется и развивается. Большой объём дает возможность этому жанру широкое поле для художественного воплощения исторического процесса. По мнению М. М. Бахтина, «роман – не просто жанр среди жанров. Это единственный становящийся жанр среди давно готовых и частично уже мёртвых жанров» [7, с. 393].

О своеобразии бурятских романов пишет А. Б. Соктоев [10], С. М. Тулохонов [11],

С. Ж. Балданов [12], о бурятских современных романах – С. С. Имixelова [13], С. И. Гармаева изучает влияние этнокультурных факторов на художественные традиции [14] и т. д. Бурятские романы описывают два наиболее важных содержания в историческом повествовании: во-первых, самые типичные исторические события, во-вторых, самых типичных и представительных героев. Авторское изложение представляет собой субъективное понимание писателем и объяснение его собственной исторической эпохи. Б. Андерсон полагает, что «идентичность... нельзя вспомнить, её надо описывать» [по: 15, с. 48].

Основными критериями идентичности Л. Науменко называет родной язык, общность происхождения, культуру, традиции, религию, общее историческое прошлое, чувство привязанности к родной земле и т. д. «Но в разные исторические периоды у разных народов, – пишет Л. Науменко, – доминирующая роль как ведущих критериев этнической идентификации, так и этноидентифицирующих признаков, может меняться» [16, с. 143]. Художественное воплощение идентичности бурят в их историческом развитии, описываемое в бурятских романах, в определённой степени показывает нам, как исторически формируется и меняется процесс идентификации бурят, что и является предметом нашего анализа в данной статье.

Методология и методы исследования. В исследовании основным методом выступил новый историзм, или неоиоризм. А. Эткинд считает, что в новом взгляде на хорошо знакомые произведения с учётом отражённого в них исторического фона существуют соотношения с другими текстами, он погружает текст в обширный исторический контекст. В отличие от традиционного принципа историзма подчеркивается присутствие в этом методе ситуативных проблем автора и его времени [8]. С точки зрения неоиоризма рассматривают историю как повествовательный текст или как форму дискурса, история больше не представляет

собой явление просто объективного существования, это комплексное сочетание реальности и того, что было создано словесностью, на которую влияет человеческое субъективное сознание. Поэтому писатель имеет возможность вновь интерпретировать историю в своём литературном творчестве.

Новое прочтение романа с точки зрения неоисторизма даёт нам ещё одну возможность интерпретировать историю, мы можем также воспринимать субъективные ощущения писателей по поводу социальной и исторической среды на тот период времени, что позволит глубже понимать связь между «текстуальностью истории» и «историчностью текста» [9, с. 182–185].

В статье использованы общенаучные методы анализа и синтеза, интерпретация литературных текстов, метод сравнительно-исторического анализа.

Результаты исследования и их обсуждение. Начальный этап: стандартизация описания идентичности. Формирование бурятского романа как литературного жанра представляет собой настолько сложный исторический процесс, что трудно определить настоящий источник его зарождения. Учитывая позицию В. Ц. Найдакова, выраженную в работе «Путь к роману. История формирования бурятской прозы» [17] и монографии об истории бурятской советской литературы [18], можно рассматривать период с 40-х до 50-х гг. XX в. как начальный этап развития бурятского романа. В этом периоде два самых влиятельных писателя Ж. Тумунов и Х. Намсараев в произведениях «Степь проснулась» (1949) и «На утренней заре» (1950) убедительно показали черты исторически обусловленного образа бурят в начале XX в. в литературном пространстве Советской Бурятии.

Оба произведения посвящены теме Гражданской войны начала XX в., описаны воспоминания бурят накануне Октябрьской революции в Забайкалье. Типажи героев и модель конструирования их идентичности в этих романах мало отличаются. Во-первых, герои – Дылгер в романе «Степь проснулась» и Цыремпил в романе «На утренней заре» обладают бурятским традиционным характером, они миролюбивы и сдержанны, представляют тот классический социальный слой, который типичен в советской революционной литературе раннего периода – это сын бедняка. Судьба обоих героев тесно

связана с революцией, их образы меняются под влиянием революции: до принятия ими революционной идеи герои остаются представителями «оскорблённого и униженного низшего класса», а после революции они изменили свой образ – из бедняков превратились в революционеров, что и символизирует изменение их статуса – превращение из угнетаемого старым обществом крестьянина в активного создателя нового мира. Во-вторых, герои находятся в аналогической общественной структуре, они противостоят богатым. Там, где «есть люди хорошие, выросшие у бедных очагов...», богатые «хуже волков, опасней змей»¹. В-третьих, несмотря на то, что изначальный образ Дылгера был заимствован из драмы Ж. Тумунова «Сэсэгма», а Цыремпил был создан на основе реальной исторической личности Цыремпила Ранжурова, схожие судьбы обоих литературных героев демонстрируют единодушное позитивное отношение авторов к революции и их подобные взгляды на историю. Все эти отмеченные факторы сделали конструирование идентичности героев в этих романах вполне предсказуемым и стандартным, единственная и окончательная идентичность в мироощущении героев – бурятский революционер.

Аналогичность модели образа героев и их стандартизация идентичности в произведениях неизбежно связаны с историческим контекстом, который переживают Ж. Тумунов и Х. Намсараев. Как первое поколение бурятских интеллектуалов, выросших в советско-бурятском культурном пространстве, оба писателя изучили русский язык и культуру под советским идеологическим влиянием. Ж. Тумунов занимался в Высшей партийной школе при ЦК КПСС, Х. Намсараев получил формальное литературное образование в Литературном институте имени А. М. Горького. Такие герои, как Дылгер и Цыремпил свидетельствуют о стадии обучения первых бурятских романистов, они стараются реализовывать агитационно-пропагандистские задачи и идеализировать как революцию, так и её идеологов и вершителей.

Значение создания Дылгера и Цыремпила заключается в том, что именно через этих персонажей Ж. Тумунову и Х. Намсараеву удалось найти точку пересечения для бурят в историческом повествовании советской литературы, именно так бурят мог в

¹ Тумунов Ж. Степь проснулась. – Улан-Удэ: Бурят. кн. изд-во, 1972. – С. 11.



качестве «буряты-революционера» влиться в процесс конструирования воображаемого сообщества советской культурной идентичности. Через образы Дылгера и Цыремпила впервые бурятские романисты попытались перестроить идентичность бурят в начале XX в.

Этап дальнейшего развития бурятского романа: интеграция в описании идентичности. В 50–60-х гг. XX в. в бурятском романе начался следующий период – этап поступательного движения и развития. Реформы Хрущева принесли немало положительных перемен, в обществе произошла демократизация политической жизни Советского Союза, но идеологическая концепция Андрея Жданова и творческая «централизация» [19, с. 65] художественного творчества литераторов имели большое влияние на многонациональную советскую литературу, в том числе на бурятскую. Политизация литературы, социалистический реализм, официальное руководство художественным творчеством направляли писателей и чётко проявились в темах, которые не только отражали глубокие изменения в социальной и исторической среде Бурятии XX в., но и добавляли новое содержание к описанию этнической идентичности «бурят» в литературном пространстве.

Герой в романе «Доржи, сын Банзара» имеет реального прототипа и историческую фигуру Доржи Банзарова. Показан первый интеллигент в современной бурятской истории, получивший европейское образование, что, несомненно, имеет большое значение и занимает важное место в истории бурят. Роман повествует, что с детства Доржи находится в мультикультурном пространстве, которое характеризуется слиянием бурятской культуры с русской: «учебник русско-монгольской войсковой школы», «крыши русского дацана», «бас русского ламы»¹ и т. д. Интеграция двух культурных пространств в конце романа превращается в слияние двух культур в самом герое: «Доржи начинает казаться, что Пушкин сидит рядом с ним...», «В Петербурге может увидеть Доржи и Гоголя...»². Конструкция идентичности, отображаемая в образе героя, представляет собой тенденцию культурной интеграции.

В историческом повествовании «Путь праведный» проявляется другой тип инте-

¹ Цыдендамбаев Ч. Доржи, сын Банзара. – М.: Сов. писатель, 1981. – С. 151–153.

² Там же. – С. 601.

грации – географический и политический. Герои Туракай, Бадан, Абжа и другие хори-буряты символизируют мудрость и доброту, они преодолели трудности далёкого пути, чтобы попросить у «белого царя» Петра I помощи в борьбе с отрицательными силами. Благодаря перемещению и путешествию героев два разных пространства «бурятская степь восточной стили» и «империя с европейским стилем» связываются друг с другом, и после того, как Пётр I даёт делегации обещание запретить в будущем притеснять хоринский народ, связь двух пространств под пером писателя приобретает политическое значение. В обоих романах выделяется основная формула «русские помогали бурятам» и проявляется тенденция интеграции не только в культурном аспекте, но и в географическом и политическом, что и сделало этническую идентичность героев впоследствии более смешанной.

«Голубые сопки» Ж. Балданжабона, «Хилок наш бурливый» Б. Мунгонова, «Степные дороги» Ц.-Ж. Жимбиева представили литературное повествование об эпохе коллективизации бурят. «Новый» и «старый» стали наиболее часто используемыми словами. На фоне сельских традиционных мест действия, таких как луга, пастбища и деревни, новым пространством для повествования исторических событий из жизни бурят стал колхоз. В этих романах создана галерея молодых героев, таких как Дулма, Жигжит, Булат и Батожаргал, образы которых соответствуют эстетическому требованию эпохи строительства социализма, поэтому носят минимум бурятских этнических черт. В отличие от «сына бедняка», «революционера» «они – потомки смелых таёжных охотников, байкальских рыбаков... героев всех пятилеток», и «вся страна желает им успеха»³. Они обладают новой идентичностью – это студент и комсомолец, кто вырос в процессе урбанизации и индустриализации СССР.

Такой тип героя в определённой степени является проекцией истории того времени на литературу, считает З. А. Серебрякова [20, с. 26]. В структуре идентичности героев произведений видна более сильная тень «советского народа – новой исторической общности». В середине 1950-х гг. советское правительство продолжило политический курс на русификацию, начатый ещё в сталинскую эпоху [21, с. 131], что в какой-то

³ Мунгонов Б. Хилок наш бурливый. – М.: Гослитиздат, 1961. – С. 28.

степени оказало влияние на творчество писателей этого времени.

Среди ряда революционных романов «Похищенное счастье» представляет поколенческую трансформацию этнической идентичности, которая отличается от старой прямой трансформации в романах Х. Намсараева и Ж. Тумунова. В «Похищенном счастье» Д. Батожабай использует судьбы Наван-Чингиза, Аламжи, Булада – семейную историю отцов и детей, чтобы показать сложный процесс пробуждения революционного сознания бурят. Переплетённые судьбы трёх поколений показывают «прошлое», «настоящее» и «будущее» Октябрьской революции с точки зрения бурят. Трансформация идентичности героев различна: хотя Наван-Чингиз переживал изменение статуса от «батара» к «вору» и «разбойнику», он остался в традиционном бурятском культурном пространстве и сохранил своё психологическое отождествление со старой бурятской этносоциальной общностью; Аламжи не раз менял свой статус, например, из «бедняка» превращался в «преступника», в конце концов стал «борцом». Изменения общественного статуса и перемещения через различные культурные пространства делают идентичность Аламжи неоднозначной, в структуре его идентичности содержится потенциал интеграции с советской революционной идеологией. Эта тенденция усилилась в сыне Аламжи – Буладе, который испытал превращение из «сына Аламжи» в «странствующего сироту», во второй части романа стал «приемным сыном русской революционерки». В формировании идентичности Булада автор отразил черты «бурятского сына с революционной идеей», которому свойственна характеристика «учащегося русской культуры». Поэтому Булад вместо Аламжи стал настоящим героем в символистическом аспекте романа, чей образ выражает историческое значение Октябрьской революции для бурят.

Все эти герои и подобные главные персонажи в романах того времени проявляют сходную модель описания идентичности – интеграцию. Такая интеграция не только демонстрирует влияние исторической эпохи на авторское литературное творчество и воплощение собственного взгляда автора на историю, но и выражает субъективное стремление писателя соединить бурятскую идентичность с советской идеологией.

Этап расцвета: бурятское сознание в описании идентичности. В 1970–1980-х гг. проявились многие черты модернистской литературы в произведениях писателей: мифологизм, поток сознания, экологизм. Новые темы, такие как отчуждение человека, память о прошлом, пограничность сознательного и бессознательного стали предметом описания писателей. Таким образом, можно рассматривать 70–80-е гг. XX в. как третий этап развития бурятского романа – этап расцвета. В этом периоде к описанию идентичности бурят добавилось больше черт традиционной бурятской культуры, а отсюда и больше проявления бурятского самосознания. Структура ранее построенного сообщества «бурятский – советский народ» перестала быть стабильной, в результате стали проявляться в текстах некоторых писателей духовный кризис и тревога за идентичность.

«Год огненной змеи» (1972) Ц.-Ж. Жимбиева и «Мать-Лебедица» Ц. Галанова (1975) особенно привлекают внимание читателей благодаря их мифологическому повествованию. Элементы мифологии добавили героям романов больше традиционных бурятских черт, в связи с чем образы главных героев в двух произведениях в большей степени соответствуют эстетическим стандартам традиционной бурятской культуры и выражают этническую идентичность бурят. В «Годе огненной змеи» Ц.-Ж. Жимбиев через повествование от первого лица вымышленного героя Батожаба воспроизвел воспоминания бурят о Великой Отечественной войне, что, по словам Э. Г. Сангадиевой, помогает лучше показать жизненную реальность [22].

Мифическая атмосфера и народные обычаи делают процесс трансформации идентичности Булада более похожим на героя бурятского фольклора – из «мальчика» он превращается в «батара» (богатыря). Во-первых, согласно бурятскому народному верованию «Человека, родившегося в год тигра, никогда не спутаешь с тем, кто появился на свет... Разные годы – разные люди, по крайней мере, мы так считаем»¹. Батожаб родился в год Зайца, а Великая Отечественная война произошла в год огненной Змеи, так что между героем и объективным временем существует контраст «слабого» и «сильного», непреодолимое противоречие между

¹ Жимбиев Ц.-Ж. Год огненной змеи. – М.: Известия, 1980. – С. 7.



«личной» волей и «судьбой». Но в конце романа герой «успел подрасти и стать солдатом... брал Берлин»¹. Победа героя над необратимостью судьбы делает его образ легендарным и романтичным. Во-вторых, существование коня Гнедого и его близкие отношения с героем добавили роману больше красок бурятского фольклора, Гнедой «кажется ближе всех, родней, надёжней»², «если в каком-нибудь улусе родится герой... обязательно появится хулэг»³. Жимбиев не раз сравнивал Гнедого с бурятским легендарным конём «хулэг», благодаря этому сочетание «Батожаб и Гнедой» обладает символистическим значением «богатырь и хулэг». В-третьих, в (чётных) главах, названных «Ночью», много фольклорных элементов, таких как народная песня, древние предания и магические персонажи, что придаёт роману сказочность и фантастичность, делает Батожаба обладающим характеристиками главных героев бурятских фольклорных произведений (присутствие романтического и мифического).

В произведении «Мать-лебедица» мифологическое сознание проявляется в одном повторяющемся символе «Лебедица». Благодаря символу бурятского традиционного мифа, образ героя Галдана тесно связан с бурятским культурным пространством, проявились и выделились его бурятские этнические черты. Поэтому в конструировании идентичности Галдана бурятская культура занимает больше места, чем присутствие советской идеологии. Хотя под пером Ц.-Ж. Жимбиева и Ц. Галанова оба героя обладают удвоенной структурой – «советский солдат» и «бурятский богатырь», но предпочтение отдаётся последнему, здесь отражается бурятское самосознание в описании героя писателем.

Кроме революционной темы бурятские писатели 70–80-х гг. обращались к судьбам простых людей, подтверждение тому – романы «Течение» Ц.-Ж. Жимбиева (1978), «Долина бессмертников» В. Митыпова (1975), «Вечный цвет» А. Ангархаева (1982) и т. д. Названные романы не отражают эволюцию героев на фоне великих исторических событий, а концентрируются на истории духовных исканий, показывают философские раздумья маленьких людей

¹ Жимбиев Ц.-Ж. Год огненной змеи. – М.: Известия, 1980. – С. 187.

² Там же. – С. 16.

³ Там же. – С. 19.

в обществе. Испытание душевного кризиса в разной степени сделало героев произведений сходными. «Течение» позитивным тоном повествует о женской судьбе простой доярки Сырэнцу после Великой Отечественной войны. Сырэнцу преодолевала трудности того времени, проявляя непоколебимость воли и силу духа. Под героическим и благородным самопожертвованием таятся чувства одиночества и печали, которые отражаются в сознании героини.

Душевный кризис показан более очевидным в произведениях «Вечный цвет» и «Долина бессмертников». В романе «Вечный цвет» главный герой Шаралдай переживает как физический недуг, так и душевное беспокойство. Ломбо в качестве настоящего виновника, вызвавшего пожар, страдает из-за собственных грехов. На первый взгляд, А. Ангархаев повествует о межличностных конфликтах, возникших из-за пожара на ферме, но на самом деле он пытается изучить причину, вызвавшую душевный кризис главных героев, чтобы выявить смысл и ценности существования личности в коллективе. Такие слова, как «воспоминания» и «вечный цвет» часто появляются в тексте, раскрывают ответ автора – смысл жизни и ценности личности заключается в её исторической связи со своим народом, осознании своей идентичности.

Герой Олег в «Долине бессмертников» сначала тоже переживал подобный душевный кризис, он часто находился в состоянии депрессии. Основное проявление его душевного страдания – отсутствие творческого вдохновения. В начале романа Олег находится в состоянии изоляции от «родины», что в основном проявляется в исчезновении окружающей среды, символизирующей «родной край», – «никогда уже больше не стоять здесь небелёному, цвета старой бронзы, домику...»⁴. Олег вновь получил творческое вдохновение благодаря появлению «сна», через который была ощущалась духовная связь между героем и древними предками «Бальгур», «Модэ» и т. д., таким образом, его духовный кризис был излечен. В результате главные герои двух произведений стали своего рода символом, представляющим потери и поиск смысла. В восстановлении связи личности с прошлой историей предков показывается определённый поворот к бурятской традиционной культуре и

⁴ Митыпов В. Долина бессмертников. – М.: Сов. писатель, 1980. – С. 342.

истории. Возможно, за этим поворотом раскрывается возрождение и подъём бурятского самосознания. К. К. Султанов объясняет обновление национального самосознания обращением к «кульминационным моментам национальной истории» [23, с. 132].

Мифологическое сознание, размышление об эпохе или поиск ценности личности – под этими творческими особенностями скрывается изменение тенденции творческого сознания писателей. В период правления Л. И. Брежнева власти надеялись, что писатели могли бы всеми силами «восхвалять реальность» и «формировать образ героев» [24, с. 116]. Основной мотив таких произведений, как «Год огненной змеи» и «Течение», отвечал требованиям эпохи к современной литературе. Но возвращение гуманизма в литературу эпохи оттепели и волна идеологического освобождения побудили писателей исследовать ценности личности и смысл жизни.

XXI век, новый этап: поиск истоков идентичности в древности. Распад Советского Союза в 1990-е гг. оказал глубокое влияние на развитие литературы народов России в постсоветскую эпоху. Бывшая советская многонациональная литература, созданная на основе советской литературы соцреализма, не только потеряла свой читательский рынок, но и столкнулась с безразличием литературной критики. Тенденция маргинализации бурятского языка также повлияла на творчество писателей, в результате чего затруднилось распространение бурятской литературы. Для развития бурятских романов, без сомнения, эта эпоха нелёгкая.

Благодаря вниманию, уделяемому правительством Республики Бурятия и Всебурятской ассоциацией развития культуры, бурятская литература сохранила свою жизнеспособность в трудные времена. Появилось новое поколение бурятских писателей, чьи произведения привлекают внимание не только в России, но и за рубежом, среди которых наиболее известные В. Гармаев и А. Гатапов.

В. Гармаев посвятил немало произведений древней истории бурят. В 1991 г. был опубликован его роман «Десятый рабджун», который посвящён истории бурят, охватывающей с XVI по XVII в. В 2011 г. вышел в свет роман «Хоры: феномен срединной Азии», повествующий об историческом прошлом

бурят XIII в. В 2012 г. роман «Джамуха» напомнил историю древней Монголии. Автор отошёл от традиционного повествования об истории эпохи Чингисхана и сосредоточил внимание на другой важной личности Джамухе, показал читателям совсем не известную сторону древней истории.

Писателем А. Гатаповым написано множество работ о Чингисхане, к высокохудожественным произведениям можно отнести, например, романы «Тэмуджин», «Чингисхан. Тэмуджин. Рождение вождя», «Первый нукер Чингисхана». А. Гатапов успешно совмещал классическое «Сокровенное сказание монголов» с магическим реализмом постмодернистской литературы. Таким образом, можно обобщить некоторые схожие черты произведений двух ведущих современных писателей – фокус на истории древности, возрождение традиционной бурятской культуры, слияние мифологического сознания с историческим повествованием и т. д. Оба писателя с помощью литературного творчества вновь интерпретировали историю прошлого, добавив своё понимание и мнение о нём, чтобы современные читатели могли представить художественно осмысленную идентичность бурят.

После распада СССР «новая историческая общность – советский народ» в качестве бывшего ориентира для художественного творчества писателей-соцреалистов потеряла практический смысл [25, с. 157], ещё недостаточно духовного материала для построения новой идентичности бурят, чтобы она могла соответствовать новому историческому контексту. Современные бурятские писатели начали обращаться к прошлому, пытаясь найти ответ в старинных мифах, исторических сказаниях и т. д.

Заключение. На основе методов нового историзма (неоисторизма) китайской исследовательницей и бурятским литературоведом осуществлена попытка заново прочитать классические бурятские романы и в соавторстве сделать некоторый интертекстуальный анализ для выявления закономерностей изменения идентичности литературных героев сообразно историческому времени, в котором живут и мыслят писатели. Авторы статьи выявляют преимущества романного жанра в художественном осмыслении исторических событий, в воплощении субъективной точки зрения писателя.



В проанализированных романах можно выделить процесс модификации идентичностей от превращения из традиционного крестьянина в революционера со стремлением к единой советской идентичности; в середине XX в. – от культурной интеграции до формирования новой идентичности советского человека; от тревоги за ускользающую идентичность до подъёма бурятского самосознания в 80-е гг.; наконец, возрождение культурных традиций и осознание героями этнической идентичности на основе новой интерпретации исторического прошлого. В 40–50-е гг. идентичность бурятского революционера отражает становление самих писателей эпохи строительства социализма, зарождение молодой бурятской литературы. Поколенческая трансформация в 50–60-х гг. воплощает сложный эволюционный процесс в обществе, изначально противостоит этнической идентичности. Но

этническая идентичность в бурятских романах осталась, прошла проверку временем, отыскав опору в национальных традициях и фольклоре.

Несмотря на глубокие трансформационные социокультурные процессы и динамичное изменение идентичности бурят в зеркале литературы, новый этап развития бурятского романа, показанный В. Гармаевым, А. Гатаповым и другими писателями, создаёт не только фундамент укрепления этнической идентичности в бурятской прозе, но и предпосылки дальнейшего развития в современных исторических условиях.

Полученные результаты исследования трансформации идентичности в бурятских романах дают возможность в будущем расширить поле исследований и включить в предмет анализа поэзию и драматургию, произведения не только бурятских авторов, но и русских писателей Республики Бурятия.

Список литературы

1. Серебрякова З. А. Национальный характер в бурятском историческом романе. Улан-Удэ: Изд-во БГСХА, 2008. 103 с.
2. Мархадаев Г. Б. Национальный характер в современной бурятской прозе // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2021. Т. 14, вып. 4. С. 1009–1013.
3. Хилханова Э. В., Хилханов Д. Л. Этнокультурная идентичность мигрантов из восточных регионов бывшего СССР в свете теории «столкновения культур» // Полингвильность и транскультурные практики. 2020. Т. 17, № 1. С. 31–38.
4. Балданов С. Ж. Бурятская литература в условиях современных социокультурных процессов // Бурятская литература в условиях современного социокультурного контекста: материалы межрегион. науч. конф. (27–28 нояб. 2006 г.). Улан-Удэ: Изд-во БГУ, 2006. Ч. 1. С. 4–8.
5. Халхарова Л. Ц. Типы этнической идентификации в художественном творчестве бурят Монголии // Россия – Азия: ценностные установки и социальный опыт. Улан-Удэ: Изд-во БГУ, 2011. Вып. 4. С. 71–74.
6. Болдонова И. С. Евразийский фронт в диалоге культур Востока и Запада: монография. Улан-Удэ: Изд-во БГУ, 2016. 236 с.
7. Бахтин М. М. Эпос и роман (о методологии исследования романа) // Вопросы литературы и эстетики. Исследования разных лет / М. М. Бахтин. М.: Худож. лит., 1975. 504 с.
8. Эткинд А. Новый историзм, русская версия. Текст: электронный // Журнальный зал. URL: <http://magazines.russ.ru/nlo/2001/47/edkin.html> (дата обращения: 17.11.2021).
9. Ван Юэчуань. Очерки о постколониализме и неоисторизме. = 王岳川. 后殖民主义与新历史主义文论. Цзинань: Шаньдунское изд-во образования, 1999. 244 с.
10. Соктоев А. Б. Становление художественной литературы Бурятии дооктябрьского периода. Улан-Удэ: Изд-во БГУ, 1976. 490 с.
11. Тулохонов С. М. Принцип историзма в литературе Бурятии (на материале творчества русскоязычных писателей): автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.02. Улан-Удэ, 2000. 42 с.
12. Балданов С. Ж. Становление и развитие национальных литератур республик Саха и Тыва. Улан-Удэ: Изд-во БГУ, 1998. 95 с.
13. Имixelова С. С. Мозаика национальной жизни: о литературном процессе в Бурятии (2010-е годы). Улан-Удэ: Изд-во БГУ, 2020. 216 с.
14. Гармаева С. И. Типология художественных традиций в прозе Бурятии XX в. Улан-Удэ: Изд-во БГУ, 1997. 160 с.
15. Ли Чанчжун. Современная теория и практика литературной критики меньшинств. = 李长中. 当代少数民族文学批评理论与实践. Пекин: Изд-во Минзу, 2013. 271 с.
16. Науменко Л. Идентичность этническая // Образовательная политика. 2010. № 5–6. С. 142–144.
17. Найдаков В. Ц. Путь к роману. История формирования бурятской прозы. Новосибирск: Наука, 1985. 260 с.

18. Найдаков В. Ц. История бурятской литературы 1917–1955 гг: Становление бурятской советской литературы (1917–1940). Улан-Удэ: Бурятский научный центр: Институт общественных наук: СО РАН, 1995. 194 с.
19. Ю Ичжун. Китайский и русский. = 余一中. 余一中 汉、俄. Харбин: Изд-во Университета Хэйлунцзяна, 2013. 306 с.
20. Серебрякова З. А. Национальный характер в бурятском романе 1940–1980 гг. в контексте истории: автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.02. Улан-Удэ, 2009. 42 с.
21. Ай Су. Исследование исторических этапов и особенностей советского сепаратизма. = 艾苏. 苏联分离主义的历史分期和特点研究. 俄罗斯研究 // Российские исследования. 2018. № 6. С. 120–143.
22. Сангадиева Э. Г. Концепция мира и человека в бурятском романе 1960–1970-х годов: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.02. Улан-Удэ, 2004. 22 с.
23. Султанов К. К. Динамика жанра (особенное и общее в опыте современного романа). М.: Наука, 1989. 152 с.
24. Ву Цзюньчжун. Трёхмерная презентация трансграничных и трансцендентных культурных исследований. = 吴俊忠. 跨界与超越文化研究的三维呈现. Пекин: Изд-во Кюсю, 2017. 371 с.
25. Чан Ань. Конституционные изменения в единой многонациональной стране. = 常安. 统一多民族国家的宪制变迁. Пекин: Изд-во Китайской демократии и правовой системы, 2015. 273 с.

Информация об авторах

Цзин Жуге, кандидат наук, ассистент-исследователь, Институт иностранных языков Шанхайского университета Цзяотун; 200240, КНР, г. Шанхай, ул. Вэйцзинь, 800; e-mail: jingxiao777777@yandex.com; <https://orcid.org/0000-0002-1341-0039>.

Болдонова Ирина Сергеевна, доктор философских наук, доцент, Нанькайский университет; 300071, КНР, г. Тяньцзинь, Вейджинь Лу, 94; e-mail: irina_duncan@mail.ru; <https://orcid.org/0000-0002-9150-3492>.

Вклад авторов

Цзин Жуге – основной автор, является организатором исследования, анализировал материалы, формулировал выводы.

И. С. Болдонова – соавтор, редактировала и обобщала итоги реализации коллективного проекта.

Для цитирования

Цзин Жуге, Болдонова И. С. Трансформация идентичности литературного героя в художественном зеркале бурятских романов: от советского к постсоветскому // Гуманитарный вектор. 2022. Т. 17, № 1. С. 55–64. DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-55-64.

Статья поступила в редакцию 20.11.2021; одобрена после рецензирования 20.12.2021; принята к публикации 25.12.2021.

References

1. Serebryakova, Z. A. National character in the Buryat historical novel. Ulan-Ude: Izd-vo BGSKHA, 2008. (In Rus.)
2. Markhadaev, G. B. National character in the contemporary prose. Philological sciences. Issues of theory and practice, issue 4, pp. 1009–1013, 2020. (In Rus.)
3. Khilkhanova, E. V., Khilkhanov, D. L. Ethnocultural identity of migrants from Eastern regions of the former USSR in terms of the “clash of cultures” theory. Polylinguistry and transcultural praxis, no. 1, pp. 31–38, 2020. (In Rus.)
4. Baldanov, S.Zh. Buryat literature in the conditions of contemporary social and cultural process. Buryat literature in the conditions of contemporary social and cultural contexts: Proceedings of interregional scientific conference. Ulan-Ude: 27–28 November 2006: 4–8. (In Rus.)
5. Khalkharova, L.Ts. Types of ethnic identification in artistic creativity of the Buryats in Mongolia. Russia – Asia: values and social experience, issue 4, pp. 71–74, 2011. (In Rus.)
6. Boldonova, I. S. Eurasian frontier in dialogue of East and West. Ulan-Ude: Izd-vo BGU, 2016. (In Rus.)
7. Bakhtin, M. M. Epos and novel (About investigation of novel). Bakhtin M. M. Issues of Literature and Esthetics. Research of various years. M: Khudozh. lit., 1975. (In Rus.)
8. Etkind, A. New historicism, Russian version. Zhurnalnyi zal., 2001.Web. 17.11.2021. <http://magazines.russ.ru/nlo/2001/47/edkin.html>. (In Rus.)
9. Van Yuechuan. Essays on postcolonialism and neohistoricism. Tszinan: Izd-vo SO, 1999. (In Chin.)



10. Soktoev, A. B. Origination of Buryat Literature of Pre-Revolutionary period. Ulan-Ude: Bur. kn. izd-vo, 1976. (In Rus.)
11. Tulokhonov, S. M. Principle of Historicism in Buryatia's Literature (based on Russian-speaking writers' artistic creativity). Cand. sci. diss. abstr. Ulan-Ude, 2000. (In Rus.)
12. Baldanov, S. Zh. Origination and development of national literatures in Republics of Saha and Tuva. Ulan-Ude: Buryat, kn. Izd-vo, 1998. (In Rus.)
13. Imikhelova, S. S. Mosaics of national life: about literary process in Buryatia (the 2010-years.). Ulan-Ude: Izd-vo BGU, 2020. (In Rus.)
14. Garmaeva, S. I. Typology of artistic traditions in Buryatia's prose of the XX c. Ulan-Ude: Izd-vo BGU, 1997. (In Rus.)
15. Li Chanchzhun. Contemporary theory and practice of literary criticism of minorities. Pekin: Izd-vo Minzu, 2013. (In Chin.)
16. Naumenko, L. Ethnic identity. Educational policy, no. 5–6, pp. 142–144, 2010. (In Rus.)
17. Naidakov, V. Ts. Way to novel. History of Buryat prose's formation. Novosibirsk: Nauka, 1985. (In Rus.)
18. Naidakov, V. Ts. History of Buryat Literature of 1917–1955: Formation of Buryat Soviet Literature (1917–1940). Izd-vo ION BNTS, SO RAN, 1995. (In Rus.)
19. Yu Ichzhun. Chinese and Russian. Kharbin: Izd-vo universiteta-kheiluntsziana, 2013. (In Chin.)
20. Serebryakova, Z. A. National character in Buryat novel of the 1940s-1980s in the historic context. Cand. philol. sci. diss. abstr. Ulan-Ude, 2009. (In Rus.)
21. Ai Su. Investigation of historic stages and peculiarities of Soviet separatism. Russian research, no. 6, pp. 120–143, 2018. (In Chin.)
22. Sangadieva, E. G. Conception of world and man in Buryat novel of the 1960s-1970s. Cand. sci. diss. abstr. Ulan-Ude, 2004. (In Rus.)
23. Sultanov, K. K. Dynamics of genre (Specific and common in contemporary novel's experience). M: Nauka, 1989. (In Rus.)
24. Vu Tszynchzhun. Three-dimensional presentation of transborder and transcendental cultural research. Pekin: Izd-vo kyusy, 2017. (In Chin.)
25. Chan An. Constitutional changes in united multinational country. Pekin: Izd-vo kitaiskoi-demokratii-i-pravovoi-sistemy, 2015. (In Chin.)

Information about authors

Jing Ruge, PhD, Research Assistant, Institute of Foreign Languages, Shanghai Jiao Tong University; 800 Wei Jin st., 200240, China, Shanghai; e-mail: jingxiao777777@yandex.com; <https://orcid.org/0000-0002-1341-0039>.

Boldonova Irina S., Doctor of Philosophy, Associate Professor, Nankai University; Weijin Lu, 94, Tianjin, 300071, China; e-mail: irina_duncan@mail.ru; <https://orcid.org/0000-0002-9150-3492>.

Contribution of authors

Jing Ruge – the main author, the organizer of the study, who analyzed the materials, formulated the conclusions.

I. S. Boldonova – edited and summarized the results of the implementation of the collective project.

For citation

Jing Ruge, Boldonova I. S. Transformation of a Literary Character's Identity in the Artistic Mirror of Buryat Novels: from Soviet to Post-Soviet // Humanitarian Vector. 2022. Vol. 17, No. 1. PP. 55–64. DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-55-64.

Received: November 20, 2021; approved after reviewing December 20, 2021; accepted for publication December 25, 2021.

<http://www.zabvektor.com>

ISSN 2542-0038 (Online) ISSN 1996-7853 (Print)

Научная статья

УДК 82

DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-65-74

Пространственные дихотомии и лабиринт в романе
«Священная книга оборотня» В. Пелевина

Екатерина Вадимовна Шерчалова

Институт международного права и экономики имени А. С. Грибоедова, г. Москва, Россия

e.kabir777@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-7190-1151>

В статье представлено изучение организации пространства художественного постмодернистского произведения. Целью исследования является выявление специфики пространства постмодернистского произведения как категории художественного мира литературного произведения. В работе рассматривается гипотеза об утверждении причинно-следственной связи в отношениях «персонаж» – «пространство». Материалом для анализа послужил роман В. Пелевина «Священная книга оборотня». Для изучения произведения использованы метод структурного анализа, а также сравнительный и историко-культурный методы. В ходе изучения произведения выявлены пространственные дихотомии («женское» – «мужское», «тёмное» – «светлое», «верх» – «низ»), формирующиеся в ходе деятельности конкретного персонажа, что обуславливает новизну исследования. Роман делится на женское и мужское пространства, каждое из которых обладает, хоть и с определёнными ограничениями, устойчивыми чертами: для женского пространства характерны полутьма, узость, направленность вниз, в то время как для мужского – бескрайность или иллюзорность границ, свет и яркость, локация располагается наверху. Женское пространство физически ограничено, но расширяется за счёт рассуждений, воспоминаний и метафор. Открытое же пространство появляется чаще всего там, где доминирует мужской персонаж. Кроме того, в статье приведены примеры, доказывающие, что конкретизация образа локации связана с психологическим и психическим состоянием действующего лица. В работе также исследуется образ лабиринта в пространстве художественного произведения. Исследование станет подспорьем как при дальнейшем изучении пространства, реализованного в творчестве В. Пелевина, что позволит систематизировать и выявить паттерны, характерные для его прозы, так и при анализе пространства постмодернистского произведения.

Ключевые слова: Виктор Пелевин, современная отечественная проза, пространство художественного произведения, пространственные дихотомии, лабиринт

Original article

Spatial Dichotomies and Labyrinth in the Novel
the Sacred Book of the Werewolf by V. Pelevin

Ekaterina V. Sherchalova

Institute of International Law and Economics named after A. S. Griboyedov, Moscow, Russia

e.kabir777@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-7190-1151>

The article presents the study of postmodern artistic work's space organization. The aim of the study is to reveal specifics of the space of a postmodern work as a category of the artistic world of a literary work. The paper considers the hypothesis about the assertion of a causal "character" – "space" relationship. The material for the analysis was the novel *The Sacred Book of the Werewolf* by V. Pelevin. The methods of structural analysis, as well as comparative and historical-cultural methods were used to study the work. During the study the spatial dichotomies were identified ("feminine" – "masculine", "dark" – "light", "top" – "bottom"), which are formed according to activity of a particular character, which determines the novelty of the study. The novel is divided into feminine and masculine spaces, each of which possesses, albeit with certain limitations, stable features: feminine space is characterized by semi-darkness, narrowness, downward orientation, while male space is characterized by the boundlessness or illusory nature of boundaries, light and brightness, the location is at the top. The feminine space is physically limited, but expands into reasoning, memories and metaphors. Open space appears most often where a male character dominates. In addition, the article provides examples proving that the concretization of the image of a location is associated with the psychological and mental state of a character. The work also explores the image of a labyrinth in the space of a work of art. The study will help both in the further study of the space realized in the V. Pelevin's work, which will allow us to systematize and identify the pattern characteristic of his prose, and in analysis of the space of a postmodernist work.

Keywords: Victor Pelevin, modern domestic prose, art space, spatial dichotomies, labyrinth

© Шерчалова Е. В., 2022





Введение. Актуальность работы обусловлена предположением, что между персонажем произведения и пространством, в котором он активно действует, а не просто находится, есть прямая связь. Выявленные пространственные дихотомии, соответствующие определённому герою или героине, в научной литературе, посвящённой изучению творчества В. Пелевина, развиты недостаточно, что обуславливает выбранный фокус внимания и необходимость проведения такого исследования.

Предметом данного изучения является художественное пространство романа «Священная книга оборотня», который впервые опубликовали в 2004 г. В статье в рамках проведения сравнительного анализа обратимся к роману «Тайные виды на гору Фудзи», выпущенному в 2018 г., однако основным материалом исследования является роман «Священная книга оборотня».

Целью данного исследования является изучение специфики пространственной организации романа «Священная книга оборотня». Для достижения цели были поставлены следующие задачи: 1) провести структурный анализ романа В. Пелевина; 2) дать описание локациям, представленным в произведении; 3) выявить и охарактеризовать пространственные дихотомии, реализованные в романе; 4) осуществить сравнительный анализ пространств «Священная книга оборотня» и «Тайные виды на гору Фудзи», выявить схожие пространственные мотивы.

При подготовке статьи мы обращались к ряду научных исследований и монографий, посвящённых изучению пространства художественного произведения. В частности, особое внимание уделено статье В. Н. Топорова «Пространство и текст», а также таким уважаемым источникам, как работы М. М. Бахтина «Автор и герой в эстетической деятельности», «Пространственная форма героя» и Ю. М. Лотмана «Структура художественного текста. Анализ поэтического текста», в которых представлены характеристики и дефиницирование категории пространства. Дихотомия «женское» – «мужское», обнаруженная нами в ходе изучения романа, также стала предметом научных изысканий Т. В. Цивьян, что нашло отражение в статье «Оппозиция мужской/женский и её классифицирующая роль в модели мира». Особый интерес представляют обнаруженные пересечения модели анали-

за художественного произведения с методологией В. Я. Проппа, использованной при исследовании фольклора.

Источниками, заслуживающими внимания, оказались зарубежные труды, посвящённые исследованию текстов В. Пелевина, а именно: “Viktor Pelevin’s Postmodern Apocalypse” (A. Magun), “The Tower or the Labyrinth: Conspiracy, Occult and Empire-Nostalgia in the Work of Viktor Pelevin and Aleksandr Prokhanov” (K. Livers), “Lycanthropy, Petrofiction, and New Russia in Victor Pelevin” (Sh. Decard), в которых раскрыта специфика реализации постмодернизма как литературного метода в художественном произведении в целом, хотя фокус внимания авторов и не направлен на исследование непосредственно спациума.

Изучение пространства часто становится предметом научного интереса. К изучению топосов, реализованных в творчестве В. Пелевина, обращаются А. Б. Сейшалова в диссертации «Структура художественного пространства и времени в произведениях В. Пелевина 90-х годов XX века (проблема целостности)» (2019), А. П. Павленко – «Гротеск в художественном мире Виктора Пелевина» (2016), И. Н. Куряев – «Кинематографичность отечественной прозы рубежа XX–XXI веков» (2021) и ряд других. Мы также ссылаемся на работу А. Ю. Мельниковой «Художественный мир В. Пелевина: пространственно-временной аспект» (2012).

Методология и методы исследования. При проведении исследования использован структурный анализ: сюжет разбили на перечень действий, встречающиеся локация описаны и охарактеризованы отдельно, за единицу анализа принят отдельно взятый топос. Таким методом пользовался В. Н. Топоров при исследовании структуры пространства романа Ф. М. Достоевского «Преступление и наказание». Метод может быть использован для описания структуры спациума произведения любого литературного направления.

Схожий разбор проведён и на материале романа «Тайные виды на гору Фудзи» для реализации метода сравнительного анализа, что позволило нам выявить некоторые пространственные мотивы, повторяющиеся в творчестве В. Пелевина.

Также мы обратились к историко-культурному методу, так как при проведении анализа произведения обнаружено мно-



жество реминисценций как к историческим реалиям и личностям, так и к литературным произведениям. В статье приводятся отсылки, необходимые для раскрытия темы, однако основная часть оставлена за пределами исследования, так как интертекстуальность произведения является темой, достойной отдельного изучения.

Результаты исследования и их об-суждение. Размышляя о феномене художественного мира, М. М. Бахтин в статье «Автор и герой в эстетической деятельности» отмечает: «Мир художественного видения есть мир организованный, упорядоченный и завершённый помимо заданности и смысла вокруг данного человека как его ценностное окружение: мы видим, как вокруг него становятся художественно значимыми предметные моменты и все отношения – пространственные, временные и смысловые» [1]. В работе мы сконцентрируемся на понятии пространства как формально-содержательной категории.

Пространство как физическая категория, окружение героев, в котором развиваются действия [2, с. 79], не всегда является моделью реальности. Часто объекты, существующие в реальности, соседствуют с вымышленными предметами (например, в спальне главного героя романа «Тайные виды на гору Фудзи» присутствуют объекты современного искусства), а история может развиваться в мире, не похожем на нашу реальность. Категория «пространство» не ограничивается физическими объектами: пространство может расширяться за счёт фантазий, снов, воспоминаний. Ю. М. Лотман указывает, что событие имеет чёткие границы, его структура включает в себя определённое пространство и действующего персонажа [3, с. 224].

В. Н. Топоров отмечает, что «текст пространственен», то есть события, лежащие в основе сюжета произведения, разворачиваются в определённом пространстве и могут быть исследованы как реальное пространство [4].

Позиция автора может выражаться на разных уровнях повествования: наряду с авторскими отступлениями, мнением автора, вложенным в уста героев, его мировосприятие отражается и на уровне организации текста, например, в работе с хронотопом [5].

Роман «Священная книга оборотня» поделён на части, которые не имеют названия

и разделяются «*». Такой приём встречается и в других работах В. Пелевина (например, в сборнике «Искусство лёгких касаний», состоящем из двух повестей и рассказа). Части имитируют сцены, действие чаще всего развивается в закрытом, условно закрытом или условно открытом пространстве. История мозаична не только на уровне повествования, но и на уровне организации художественного пространства и графического деления текста.

А. Ю. Мельникова отмечает, что для постмодернистского текста характерна нелинейность, повествование скачкообразное и часто прерывается вставками [6]. Пространство по большей части можно назвать условно открытым: хотя героиня находится в физически ограниченном пространстве (комната, такси, бар), автор часто приводит её воспоминания, рассуждения, события из прошлого и т. д.

Более того, главная героиня способна наводить морок, то есть создавать иллюзии, которые видит только тот, на кого направлено её усилие, что «раздваивает» пространство, и в романе появляется пара «истинная реальность» – «ложная реальность», а также мотив обмана. Согласно китайской мифологии, лисы-оборотни действительно обладали такой способностью [7]. Мотив обмана, как отмечает Л. В. Кузнецова, в фольклоре традиционно связан с оборотничеством, пространством ложной реальности, или симулякром [8].

Автор активно включает мифопоэтические элементы, обыгрывает социальные и традиционные мифы, сказки и предания, использует интертекст и гипертекст, наполняя произведение реминисценциями к массовой культуре, что дополнительно расширяет пространство произведения [9]. Компиляция узнаваемых сюжетов и символики, постмодернистская игра с читателем характерны для творчества В. О. Пелевина, как отмечают Л. Г. Кихней и В. А. Гавриков [10]. При этом, по мнению А. Ю. Мельниковой, не только пространство становится виртуальным и интертекстуальным: такие же черты присущи и героям [11].

Для удобства раскрытия темы разделим текст иначе, не следуя авторскому замыслу: принимая за основу личное пространство героев, разделим текст на три части:

1. Первая часть посвящена пространству главной героини, в основном упоминаются закрытые локации: в произ-



ведении говорится о нескольких местоположениях лисы-оборотня: помимо места жительства в настоящее время появляется описание жилища героини в давние времена (уединённая хижина, могила), что отсылает к корпусу мифологических сказаний о китайской лисе-оборотне. Жильё, где располагается героиня на момент повествования, также отсылает нас и к лисьей норе: так, один из волков-оборотней называет её жилище «конурой».

Тексты В. Пелевина эклектичны [12]: авторский миф как нарратив, созданный на основе эмоций автора, связывающий определённый набор фактов в единую историю [13], выстроен на соединении социальных (в романе герои обладают чётким социальным статусом) и архаических мифов, постмодернистской игры, буквальном воплощении метафор и т. д., мозаичен по своей природе.

В начале произведения делается акцент на закрытых помещениях: героиня встречается с «клиентом» в номере отеля, передвигается на такси, и даже основное открытое пространство условной второй части произведения (пентхаус Александра) в начале описывается как закрытое, агрессивное по отношению к героине пространство: она видит закрытый двор, поднимается по лестнице, которая на втором этаже упирается «...в черную дверь без глазка и звонка...»¹; к комнате, в которой героиня оказывается запертой, ведёт узкий тёмный коридор. Таким образом, в первой части романа доминирует закрытое пространство, которое демонстрируется читателю фрагментарно. В условно первой части романа упомянутые топосы непостоянны и существуют отдельно друг от друга [4].

2. Во второй части доминирует пространство мужское: так, герои встречаются в пентхаусе Александра, где много света, окон, на крышу ведёт стеклянная дверь. Квартира довольно большая, располагается на крыше здания. Стены могут менять свою прозрачность за счёт специального механизма.

С главным героем романа связан мотив двойничества и оборотничества, характерный для творчества В. Пелевина: главный герой не просто является оборотнем, в тексте, помимо параллелей со значимыми кинематографическими (Шурик, Саша Белый), сказочными (чудовище из сказки про

¹ Пелевин В. О. Священная книга оборотня. – М.: Эксмо, 2011. – С. 72.

аленький цветочек, волк из сказки о Красной Шапочке) образами и реальными историческими деятелями (А. С. Пушкин, А. Белый, император Александр I), он так же сравнивается с предвестниками Апокалипсиса Фенриром и Гармом, о чём свидетельствует организация его личного спациума, что, в свою очередь, по А. Магуну, отсылает нас к мотиву конца света [14].

Для Пелевина характерно и двоемирие, что отражается как на уровне построения пространства, так и на уровне описания героев: они вхожи в оба мира, но при этом им открыта истина [9]. Помимо рассмотренных в статье персонажей можно упомянуть и главного героя романов «Ампир В» и «Бэтман Аполло», который становится вампиром и постигает истину [15].

В ходе повествования автор отмечает, что герои совершают путешествие на север, в город Нефтеперегоньевск: «Везде, насколько хватало глаз, лежал снег»².

Интересно, что образ бескрайнего снежного поля возникает и далее в романе, уже после превращения Александра: главная героиня вспоминает про мифологического пса, который «...спит среди снегов...»³.

В этой части произведения локусы можно описать как открытые, граница условна, зыбка или вовсе отсутствует, что можно назвать типичным для художественного мира В. Пелевина. А. Ю. Мельникова, например, выявляет обилие стеклянных поверхностей (стены так же стеклянные или вовсе отсутствуют), окон и зеркал [6].

3. В третьей части Александру нужно спрятаться, поэтому **главная героиня ведёт его в свой бункер**, который напоминает лисью нору. Бункер представляет собой соединение нескольких труб, локация вновь становится узкой, небольшой, закрытой, там мало света. Сравнивая жильё героини и бункер, отметим сходство топосов, однако бункер является местом, в котором закрытость и темнота усиливаются. В качестве самостоятельной локации можно рассматривать и пещеру, которую главная героиня видит во сне. Пространство тёмное, закрытое. Согласно психоаналитическому соннику В. Самохвалова, пещера представляет, с одной стороны, архетип матери, а с другой – символизирует спуск к бессознательному [16].

В романах В. Пелевина отчётливо просматривается также и пласт духовного про-

² Там же. – С. 241.

³ Там же. – С. 322.

странства (например, медитативное состояние, в которое погружается главная героиня, или пространство вне реальности, куда она отправляется в конце романа и которое никак автором не описывается), однако в

данной статье мы сфокусируемся на связи действующего лица и топоса, в котором герой доминирует. Сведём сказанное для удобства в таблицу, дополняя цитатами из произведения.

Личное пространство героев

<i>Жильё главной героини</i>	<i>Квартира Александра</i>
«Я помещений не люблю... Мне не нравится, когда меня помещают. Это пустое место под трибунами» ¹ . В её жильё полутьма, нет искусственного света, под потолком окно. В романе упоминается, что лисы-оборотни часто жили в могилах: «...древняя могила была сложным сооружением из нескольких сухих и просторных комнат, солнечный свет в которые попадал через систему бронзовых зеркал (было не очень светло...)» ² . В целом описание жилища схоже с местом обитания героини во время развития действия произведения	Пентхаус – открытое пространство, где много света: «Когда через несколько секунд дверь открылась, меня ослепил падающий со всех сторон свет. В лучах и радужных вихрях этого света стоял Александр» ³ . В пентхаусе установлено дорогое техническое приспособление, меняющее прозрачность стен
Возникает ощущение маленькой квартирки	Главная героиня называет квартиру ангаром (большое пустое помещение)
Жильё находится условно внизу, поэтому возникает ассоциация с норой	Находится наверху
Туда сложно попасть (в квартиру главной героини – физически, есть препятствия, в квартиру Александра – так как охраняется)	
Бункер (пространство, в котором сосуществуют главные герои, однако принадлежит бункер главной героине)	
Представляет собой закрытое узкое пространство: «...двойная нора...»; «Она располагалась в непролазных зарослях...», «...в узком овраге из земляной стены выходила бетонная труба диаметром примерно в метр. В нескольких шагах напротив её края начинался противоположный склон оврага, потому заметить трубу сверху было сложно. Под землёй она разветвлялась на две небольшие комнатки» ⁴ . Труднодоступность локации усиливается тем, что герои скрываются, а также главная героиня упоминает, что повесила защитные амулеты, отпугивающие чужих	
<i>Примечание:</i> ¹ Пелевин В. О. Священная книга оборотня. – М.: Эксмо, 2011. – С. 116.	
² Там же – С. 291.	
³ Там же. – С. 120.	
⁴ Там же. – С. 287	

Из таблицы видно, что жилые помещения противопоставлены друг другу (выявлены дихотомии: «верх» – «низ», «темно» – «светло», «маленькое» – «большое», «женское» – «мужское»). Далее в работе мы будем определённое пространство классифицировать как женское в случае, если в нём доминирует женский персонаж, и мужское – в случае, если доминирующим, активным героем является мужчина.

Интересно отметить, что так же, как и в романе «Тайные виды на гору Фудзи», опубликованном спустя 14 лет после первой публикации «Священной книги оборотня», женское пространство чаще всего описывается как закрытое или условно закрытое, в то время как мужское – почти всегда открытое и часто не обладающее четкими границами. Нефтеперегоньевск как пространство, в котором доминируют мужские персонажи, можно сравнить с морем, возникающим в связи с действиями героев романа «Тайные виды на гору Фудзи» (главный герой Фёдор встречается с второстепенным персонажем на яхте в открытом море, впоследствии герои встречаются в море на яхтах).

Дополнительно отметим, что личное пространство персонажей труднодоступно.

Так как в основе романа лежит авторский неомиф, выстроенный, в частности, посредством использования пула текстов китайской мифологии о лисе-оборотне, упомянем, что, по Т. В. Цивьян, для китайской традиции выявленная нами оппозиция «женское» – «мужское» представляется одной из основополагающих для классификации мира, активно участвует в сегментации окружающего мира, в том числе и пространства [17].

В. Я. Пропп в «Морфологии волшебной сказки» отмечает, что функции соответствуют определённым героям [18]. Несмотря на то, что материалом для данной работы выступило художественное авторское произведение, мы видим определённое сходство: так, выделение поведенческих паттернов (в терминологии В. Я. Проппа – функций) и действующих лиц – персонажей представляется возможным.

Развивая тезис в контексте нашего исследования, можем предположить, что действующее лицо связано с определённым



пространством. Более того, он или она формирует топос, который соответствует только ему или ей.

Эту мысль можно подтвердить рассуждениями главной героини романа «Священная книга оборотня», которая приходит к выводу, что она создаёт пространство и время посредством морока. Более того, рассуждает героиня, такой же способностью обладают и волки-оборотни. И в этом примере мы видим, как спациум художественного мира (категория, относящаяся к теоретическому осмыслению и изучению художественного произведения) связан с сюжетом. Более того, мы видим реализацию тезиса, высказанного В. Н. Топоровым: «пространство произведения представляет собой дополнительное сообщение» [4] и является средством коммуникации автора с читателем.

Вокруг определённого персонажа, действующего лица (мужчины или женщины), играющего важную (или даже главную) роль в повествовании, формируется конкретное пространство. М. М. Бахтин в статье «Пространственная форма героя» отмечает, что восприятие окружающего мира героем субъективно зависит от множества факторов (испытываемых в момент эмоций, например) и отличается от стороннего наблюдателя [19]. В статье мы развили тезис и предположили, что категория пространства является субъективной и создана персонажем, а не объективной второстепенной частью повествования.

Обратимся к ограничениям представленной гипотезы. В романе присутствует мотив движения в определённой локации, встречающийся как в романе «Тайные виды на гору Фудзи», так и в других, в том числе, и более ранних произведениях, например, в повести «Омон Ра»:

1. Роман «Священная книга оборотня»: главная героиня посредством морока «видит» наркотический бред Михалыча, волка-оборотня: «“Поездка по Каширке” [так герой называет употребление наркотиков] была не метафорой, а довольно реалистическим описанием: хоть обмякшее тело Михалыча напоминало труп, его сознание несло сквозь какой-то оранжевый туннель, заполненный призрачными формами, которые он умело огибал. Туннель постоянно разветвлялся...»¹: движение явно хаотичное и ускоренное.

¹ Пелевин В. О. Священная книга оборотня. – М.: Эксмо, 2011. – С. 74.

2. Роман «Тайные виды на гору Фудзи»: главная героиня Татьяна при прохождении инициации в галлюцинациях гонится за священной игуаной, попадая в метро, а впоследствии – в туннель коридоров и комнат. Перед началом обряда героиня выпивает напиток, состав которого не раскрывается ни читателю, ни Татьяне, что позволяет предположить, что он влияет на восприятие.

3. Повесть «Омон Ра»: в конце повести главный герой убегает по узким туннелям от преследователей и оказывается в метро. Герой напуган и, хотя он не принимал ранее наркотических средств, всё же находится в состоянии изменённого сознания.

Приведённые локации характеризуются изменённым сознанием героев и мотивом преследования, то есть перед нами закрытое агрессивное пространство, движение в котором совершается хаотично и невероятно быстро, время становится ускоренным, что соответствует состоянию действующего лица. Пространство в этом случае нельзя классифицировать ни как мужское, ни как женское, однако оно возникает из-за изменения сознания персонажа, а не наоборот.

Образ лабиринта – один из ведущих в творчестве В. Пелевина. В рассматриваемом романе образ лабиринта возникает несколько раз: в образе монастыря, где героиня встречает Жёлтого Господина: «Монастырь состоял из множества построек, которые теснились возле главных ворот, огромных, кривых и очень дорогих. Забора при воротах не было»². Иллюзорное, зыбкое пространство с неясными очертаниями и границами, что подчёркивается метафорой, приведённой главной героиней, о том, что жизнь – игра, а играющие просто не могут об этом вспомнить.

Ризоматичность присутствует и в описании Нефтеперегоньевска: «Мы добрались до вершины. Я увидела вдаль невысокие здания, острые точки синих и жёлтых электрических огней, конструкции из решётчатого металла, какие-то дымки или пар. Луна освещала лабиринт протянутых над землёй труб...»³.

Реализация лабиринта в пространстве отсылает нас не только к мотиву поиска истины, но и к одной из ключевых для творчества Пелевина тезиса о невозможности познать истину [20].

² Там же. – С. 333.

³ Там же. – С. 245.

Образ лабиринта реализуется на физическом или виртуальном уровнях, а также на уровне метафор в каждом произведении В. Пелевина. Например, в пространстве романа «Шлем ужаса» лабиринт и ризома являются основополагающими [21].

Иллюзорное или виртуальное пространство дополняется и моделью мира, созданной посредством средств массовой информации и коммуникации: в романе «Священная книга оборотня» журналисты упоминаются несколько раз, приводится текст заметок: так, о смерти сикха героиня читает в газете. Журналисты предоставляют сведения, не соответствующие реальности [22], создавая таким образом симулякр, а не модель действительности [23].

Завершая рассуждение о формировании пространства и герое, создающем пространство вокруг себя, отметим интересное наблюдение: в статье «"Вервольфы" В. Пелевина: генезис образа человека-волка» Е. А. Куликова отмечает, что в рассказе «Проблема верволька в средней полосе» прослеживается трактовка трансформации как превращения в истинного человека, более достойного [24]. Такое изменение традиционно в физической плоскости предстаёт как движение вверх или по восходящей. В то время как в романе «Священная книга оборотня», в котором действует главный герой рассказа, оборотень Александр, один из второстепенных персонажей, рассказывает о специфике духовных обращений. Он объясняет физическую трансформацию оборотней выходом энергии. Появляется вертикальная плоскость, так как он говорит о чакрах, расположенных вдоль позвоночника, и о движении энергии вниз или вверх. Движение направлено вниз (говоря о перемещении энергии, герой буквально говорит: «...она опускается ниже...»), так как чакра располагается в хвосте оборотня.

Остаётся открытым вопрос, рассматривается ли окончательная трансформация Александра в собаку, произошедшая в конце романа, как достижение нового уровня развития существа. Отрицательный ответ подсказывает и концовка произведения, в которой главная героиня узнаёт от Михалыча, в целом комичного персонажа, о дальнейшей судьбе Александра. Он пародийно сравнивается с Шариковым, героем повести М. Булгакова «Собачье сердце», который в произведении назван «первым сверхо-

боротнем» [Там же]. Сцена встречи героев пронизана сарказмом.

В рассмотренных примерах можно выявить двоемирие, выстроенное на основе дихотомии, в связи с чем возникает вопрос о природе взаимоотношений этих частей (в том числе и героев, хронотопа и т. д.). Мы предполагаем, что они составляют целое: например, квартира Александра располагается на верхнем этаже, а главной героини – под трибунами, что можно рассматривать не как антитезу, а как части единой вертикали. Уместно вспомнить вывод, к которому пришёл В. Я. Пропп в «Морфологии волшебной сказки»: функции часто предстают в виде группы или пары: мотив преследования в большинстве случаев связан с мотивом спасения, за запретом почти всегда следует его нарушение [18]. Таким образом, логичен вывод о том, что рассмотренные примеры представляют собой не столько противопоставления, сколько пару взаимосвязанных спациумов. Однако данный тезис требует дальнейшего развития и подтверждения.

Обозначенная дихотомия «женское» – «мужское» опровергается в некоторых научных работах, посвящённых творчеству В. Пелевина. Например, Н. П. Беневоленская, изучая рассказ «Ника», отмечает, что такая оппозиция неактуальна для автора, понятия «женское» и «мужское» взаимозаменяемы [25]. Однако оппозиция «женское» – «мужское» выявлена посредством анализа произведения, что позволяет считать её релевантной научному диалогу. Вне зависимости от интерпретации в статье приведены примеры, подтверждающие, что выявленная пара влияет на формирование пространства романа.

Заключение. Таким образом, проведя структурный анализ романа «Священная книга оборотня», мы выявили, что в творчестве В. Пелевина можно обнаружить локусы, типичные для женского или для мужского персонажа, возникает пул локаций, характерных для конкретного действующего лица: 1) для женских персонажей характерны тёмные, закрытые, небольшие пространства, располагающиеся внизу (например, пещера или небольшая квартирка); 2) для мужских персонажей характерно доминирование в безграничных или почти безграничных пространствах, часто такой спациум наполнен светом и находится наверху.



Некоторые локации отражают психическое и психологическое состояние героев: в состоянии изменённого сознания (например, при употреблении наркотических веществ) персонажи оказываются в ризообразном пространстве, в котором время движется ускоренно. Гипотезу в рамках данного исследования считаем доказанной: действительно, между персонажем и пространством, в котором он действует, есть связь, спациум формируется в соответствии с героем, не являясь при этом просто фоном для развития действия. Организация пространства становится способом диалога с читателем:

пространство следует за сюжетом и персонажем, не существует автономно.

Несомненно, проведённого разбора недостаточно для полноценного исследования художественного мира, однако полученные результаты представляются интересными и достойными внимания. Структурный анализ текста представляется перспективным для дальнейшего изучения творчества В. Пелевина и выявления новых или опровержения представленных в статье пространственных пар, также при анализе организации пространства художественного текста в целом.

Список литературы

1. Бахтин М. М. Автор и герой в эстетической деятельности. URL: http://www.infolib.info/philol/bahtin/5_1.html (дата обращения: 06.12.2021). Текст: электронный.
2. Лихачёв Д. С. Внутренний мир художественного произведения // Вопросы литературы. 1968. № 8. С. 74–87.
3. Лотман Ю. М. Структура художественного текста. Анализ поэтического текста. М.: Азбука, 2016. 704 с.
4. Топоров В. Н. Пространство и текст // Текст: семантика и структура. М.: Наука, 1983. С. 227–284.
5. Базылев О. С. Художественный мир произведения как метод самовыражения автора // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. 2007. № 2. С. 92–96.
6. Мельникова А. Ю. Виртуальное пространство и время в постмодернистском тексте (В. Пелевин «Священная книга оборотня») // Вестник Костромского государственного университета им. Н. А. Некрасова. 2009. № 3. С. 123–125.
7. Hearn L. Glimpses of Unfamiliar Japan. Boston. New York: Houghton Mifflin Company, 1894. 886 p.
8. Кузнецова Л. В. Оборотень как разновидность репрезентации Другого у Виктора Пелевина // Уральский филологический вестник. 2019. № 3. С. 157–168.
9. Осьмухина О. Ю., Сипрова А. А. Мифопоэтический контекст романа В. Пелевина «Священная книга оборотня» // Литературоведение. 2017. Ч. 2, № 11. С. 26–29.
10. Кихней Л. Г., Гавриков В. А. Проза Льва Наумова в контексте «мистического реализма» в русской литературе XX–XXI веков. М.: Амстердам: Тардис, 2020. 240 с.
11. Мельникова А. Ю. Художественный мир В. Пелевина: пространственно-временной аспект: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.01. Иваново, 2012. 222 с.
12. Smith A. The effacement of history, theatricality and postmodern urban fantasies in the prose of Petrushevskaja and Pelevin // Die Welt der Slaven LIV. 2009. No. 54. Pp. 53–78.
13. Пьязина В. А. Авторский миф как жанр современной литературы. Текст: электронный // Universum. Филология и искусствоведение: электрон. науч. журн. 2017. № 9. URL: <https://7universum.com/ru/philology/archive/category/9-44> (дата обращения: 12.09.2021).
14. Magun A. Viktor Pelevin's Postmodern Apocalypse // Stasis. 2017. No. 5. Pp. 86–102.
15. Khazanov P. The Vampiric Empire of Victor Pelevin and the Ethics of the Post-Soviet Condition. Текст: электронный // ASEES. 2015. https://www.academia.edu/29626694/The_Vampiric_Empire_of_Victor_Pelevin_and_the_Ethics_of_the_Post-Soviet_Condition?email_work_card=view-paper (дата обращения: 20.09.2021).
16. Пещера по Психоаналитическому соннику В. Самохвалова. URL: <https://my-calend.ru/sonnik/peshchera#> (дата обращения: 15.09.2021). Текст: электронный.
17. Цивьян Т. В. Оппозиция мужской/женский и её классифицирующая роль в модели мира. URL: http://woman.upelsinka.com/history/opposit_1.htm (дата обращения: 09.09.2021). Текст: электронный.
18. Пропп В. Я. Морфология волшебной сказки. М.: Азбука, 2021. 253 с.
19. Бахтин М. М. Пространственная форма героя // Философская эстетика 1920-х годов. 2003. Т. 1. С. 104–175.
20. Livers K. The Tower or the Labyrinth: Conspiracy, Occult, and Empire-Nostalgia in the Work of Viktor Pelevin and Aleksandr Prokhanov // The Russian Review. 2010. Vol. 69, no. 3. Pp. 477–503.
21. Traweek A. Theseus Loses his Way: Viktor Pelevin's Helmet of Horror and the Old Labyrinth for the New World. Текст: электронный // Dialogue, 2018. URL: <http://journaldialogue.org/issues/issue-1/theseus-loses-his-way-viktor-pelevins-helmet-of-horror-and-the-old-labyrinth-for-the-new-world> (дата обращения: 09.09.2021).



21. Traweek, A. Theseus Loses his Way: Viktor Pelevin's Helmet of Horror and the Old Labyrinth for the New World. *Dialogue*, 2018. Web. 22.09.2021 <http://journaldialogue.org/issues/issue-1/theseus-loses-his-way-viktor-pelevins-helmet-of-horror-and-the-old-labyrinth-for-the-new-world/> (In Engl.)
22. Pronina, E. E. *Psychology of journalistic creativity*. M: KDU, 2006. (In Rus.)
23. Bobyleva, A. L. Manipulative technologies of mass media as a subject of literary reflection in V. Pelevin's prose of the 2010s. *Izvestiya Saratov University*, vol. 16, issue 4, pp. 443–446, 2016. (In Rus.)
24. Kulikova, E. A. "Werewolves" of V. Pelevin: the genesis of the image of the wolf man. *Philology and man*, no. 3, pp. 66–73, 2013. (In Rus.)
25. Benevolenskaya, N. P. 'Nika' by Victor Pelevin. St. Petersburg: Faculty of Philology and Arts of St. Petersburg State University, 2009. Web. 02.09.2021. <https://rusneb.ru/catalog/> (In Rus.)

Information about author

Sherchalova Ekaterina V., Postgraduate Student, Institute of International Law and Economics named after A. S. Griboyedov; 21 Entuziastov st., Moscow, 111024, Russia; e-mail: e.kabir777@gmail.com; <https://orcid.org/0000-0002-7190-1151>.

For citation

Sherchalova E. V. Spatial Dichotomies and Labyrinth in the Novel The Sacred Book of the Werewolf by V. Pelevin // *Humanitarian Vector*. 2022. Vol. 17, No. 1. PP. 65–74. DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-65-74.

Received: January 14, 2022; approved after reviewing February 16, 2022; accepted for publication February 20, 2022.

МЕНТАЛЬНОЕ И ЛИНГВОКУЛЬТУРНОЕ ПРОСТРАНСТВО ДИСКУРСА

MENTAL AND LINGUOCULTURAL DISCOURSE SPACE

Научная статья

УДК 1761

DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-75-85

Вербализация концепта «семья» в русской и иранской языковых картинах мира (на материале пословиц)

Халида Сиями Эйдлак¹, Язданmehr Сайед Мохаммад Джавад²

¹Боджнордский университет, г. Боджнорд, Северный Хорасан, Иран

²Мешхедский университет им. Фирдоуси, г. Мешхед, Хорасан Разави, Иран

¹kh.siyami@ub.ac.ir, <https://orcid.org/0000-0001-9466-7428>

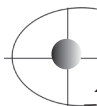
²mjyazdanmehr@ferdowsi.um.ac.ir, <https://orcid.org/0000-0002-3129-4916>

В представленном исследовании рассматривается концепт «семья», его лексикографическое выражение в сопоставительном отношении русской и персидской лингвокультур. Методологической базой являются единицы, послужившие основополагающим материалом для исследования, построенного на методах лингвокогнитивного и лингвокультурологического анализа концепта «семья», а также единицы, отобранные методом сплошной выборки из толковых и фразеологических словарей сопоставляемых языков. Актуальность данной работы определяется целесообразностью сопоставительного исследования паремий в лингвокультурном и лингвокогнитивном аспектах с целью выявления и демонстрации фундаментальных многовековых ценностей семейных отношений двух сопоставляемых лингвокультур. Научная новизна исследования заключается в том, что подобный концептуальный анализ с компонентом «семья» в сравнительно-сопоставительном аспекте на материале фразеологизмов, пословиц и поговорок иранской и русской лингвокультур проводится впервые. Исходя из цели нашей работы, которая заключалась в выявлении специфики и своеобразия «семейных отношений и ценностей» на пословичном уровне двух сопоставляемых языков, выявлены нормы поведения и взаимоотношений между членами, входящими в понятие «семья». В результате проведенного лингвокультурного анализа гиперконцепта «семья» и отвечающих от него микроконцептов выявлено, что в обычном сознании представителей как русского, так и персидского народа, они обладают положительной коннотацией. Выводы, полученные нами, имеют прикладное значение и могут вызвать интерес исследователей в области востоковедения, преподавателей русского языка как иностранного в ираноязычной среде и персидского языка в русскоязычной аудитории с целью дальнейшего лингвокультурологического анализа и изучения паремий сопоставляемых языков, а также учтены при разработке специализированных словарей пословиц и поговорок, фразеологизмов и устойчивых выражений.

Ключевые слова: концепт, семья, Иран, Россия, языковая картина мира

© Халида Сиями Эйдлак, Язданmehr Сайед Мохаммад Джавад, 2022





Original article

Verbalization of the Family Concept in Russian and Iranian Language Pictures (Based on Proverbs)

Khalida Siyami Eidlak¹, Yazdanmehr Sayyed Mohammad Javad²

¹University of Bojnord, Bojnord, North Khorasan, Iran

²Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Khorasan Razavi, Iran

¹kh.siyami@ub.ac.ir, <https://orcid.org/0000-0001-9466-7428>

²mjyazdanmehr@ferdowsi.um.ac.ir, <https://orcid.org/0000-0002-3129-4916>

This article examines the concept of the “family” and its lexicographic expression in the comparative relation of Russian and Persian linguocultures. The methodological basis of the study is the units that served as the fundamental material for the study, built on the methods of linguo-cognitive and linguocultural analyses of the “family” concept, as well as those withdrawn by the method of continuous sampling from explanatory and phraseological dictionaries of the compared languages. The relevance of the study is determined by the expediency of a comparative study of paremias in the linguocultural and linguo-cognitive aspects, in order to identify and demonstrate the fundamental centuries-old values of family relations of two compared linguocultures. The scientific novelty of the research lies in the fact that such a conceptual analysis with the “family” component in a comparative-comparative aspect on the basis of phraseological units, proverbs and sayings of Iranian and Russian linguistic cultures is carried out for the first time. Based on the purpose of our study, which was to identify the specifics and originality of “family relationships and values” at the proverbial level of the two compared languages, the norms of behavior and relationships between members of the concept of “family” were identified. As a result of the linguocultural analysis of the hyperconcept “family” and the microconcepts branching from it, it was revealed that in the ordinary minds of representatives of both Russian and Persian people, they have a positive connotation. The conclusions obtained by us are of practical importance and can arouse the interest of researchers in the field of oriental studies, as well as teachers of Russian as a foreign language in an Iranian-speaking environment and the Persian language in a Russian-speaking audience for the purpose of further linguocultural analysis and study of the paremias of the compared languages, and are also taken into account in the development of specialized dictionaries of proverbs and sayings, phraseological units and set expressions.

Keywords: concept, family, Iran, Russia, language picture of the world

Введение. В настоящее время в сопоставительной лингвистике наибольшую популярность приобретают исследования, направленные на изучение языковой картины мира. Одним из приоритетных направлений в этой области, к которому возрос интерес современных исследователей, является такое явление, как «концепт», или, как ещё его называют, «лингвоспецифичное слово». Термин «концепт» имеет достаточно размытое определение. Х. Патнэм считает, что, с одной стороны, культуру народа отражает его язык, а с другой – стереотипы, подразумевая под ними концепты, которыми и обладают представители этого народа [1]. А. А. Гайченко, продолжая рассуждать на данную тему, относит «концепт» «...к таким выраженным языковыми средствами ментальным сущностям, которые включают в себя: структурированное семантическое поле лексемы, её словообразовательные и словоизменительные дериваты и коннотации; элементы культурно-специфического сознания – индивидуального, народного, языкового [2, с. 68].

Дело в том, что язык – зеркало души. Язык отражает всё, что с нами происходит, как с отдельной личностью, так и с наро-

дом в целом. Все самые незначительные события, явления находят средства своего выражения в языке. Язык отражает систему ценностей народа, культуру, религию, экономическую и политическую ситуации. Именно по этой причине в мире существуют разные языки и отличаются они не просто словарным составом и грамматикой, а особенностями выражения мысли. Это и называется языковой картиной мира, нашим восприятием существующей действительности [3, с. 203]. Таким образом, языковая картина мира характеризуется тем, «...что способ концептуализации действительности включает как универсальные, так и национально-специфичные для каждого языка компоненты» [4, с. 350].

Каждая культура имеет свой набор концептов, и потому «концепт как ментальная сущность имеет национально-специфические черты, соотносимые с мировидением, культурой, обычаями, верованиями, фантазией и историей народа» [5, с. 250]. Таким образом, под концептом мы понимаем языковую картину как способ восприятия мира всеми носителями определённого языка. По словам С. А. Аскольдова-Алексеева, «кон-

цепт – это мысленное образование, замещающее в процессе мысли неопределённое множество предметов одного и того же предмета» [6, с. 30].

Иранский исследователь М. Мойноддини отмечает: «...пословицы могут быть классифицированы следующим образом: религия, образование и обучение, политика, властолюбие, эмоция, мораль, семья, общество и т. д.» [7, с. 38].

В данном исследовании проводится семантический анализ паремий, т. е. описание фразеологических единиц и метафор с микроконцептом «семья». Следовательно, объектом исследования являются единицы – носители концептуальной информации языковых картин мира русского и персидского языков.

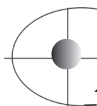
Гиперконцепту «семья» в сопоставительном плане уделялось немалое внимание, так как семья является основной частью народа, которая отражает особенности его менталитета. Однако в русско-персидской сопоставительной лингвистике он исследуется впервые. Между тем Иран и Россия в настоящее время находятся на стадии развития межнациональных контактов в различных сферах деятельности (культура, искусство, литература, политика, экономика, промышленность и т. д.). Целью нашего исследования является выявление этнолингвистического своеобразия паремий русского и персидского языков, которое даст чёткое представление о ценностных приоритетах исследуемых этносов. Учитывая, что пословицы представляют собой общие убеждения, обычаи и нормы в любом обществе, их тщательное изучение может обеспечить лучшее понимание качества семейных отношений [8, с. 384]. Гипотеза нашего исследования заключается в том, что в двух различных лингвокультурах (персидской и русской), несмотря на то, что они относятся к различным религиозным конфессиям, внутрисемейные отношения регламентируются глубоким взаимопроникновением культур. В условиях процессов, происходящих в настоящее время в современных западноевропейских обществах (например, переосознание семейных ценностей, семейных отношений и институтов брака), наше исследование является особенно актуальным.

Гиперконцепт «семья» имеет большое количество дефиниций. В толковом словаре С. И. Ожегова под термином «семья» по-

нимается «группа живущих вместе близких родственников; объединение людей, сплочённых общими интересами». В Большом толковом словаре концепт «семья» имеет следующую дефиницию: «...группа людей, состоящая из мужа, жены, детей и других близких родственников, живущих вместе». Персидский исследователь Х. Золфагари приводит следующее: «Семья – это сообщество, основанное на браке супругов, помимо которых куда ещё входят и их дети, отец, мать, бабушки и дедушки» [9, с. 140]. Л. Г. Морган определяет понятие «семья» как активно подвижный элемент из трёх составляющих и взаимозависимых форм – формы брака, формы семьи и системы родства, т. е. форма брака создаёт соответствующую форму семьи, а форма семьи переходит в систему родства [10, с. 3].

Сокровищницей любого языка является паремия. Именно единицы паремии, такие как фразеологизмы, устойчивые выражения, пословицы и поговорки, вбирают и хранят в себе информацию об историческом, культурном и бытовом своеобразии этноса и, по словам Н. Ф. Алефиренко, передают «социальные, философские, бытовые, религиозные, морально-этические и эстетические народные взгляды» [11, с. 22]. В. Резвани подчёркивает, что паремии каждого отдельного народа или носителей отдельного языка представляют собой накопление опыта и знаний предшественников данного народа [12, с. 790], а знакомство с ними: «помогает не только хорошо овладеть иностранным языком, но и лучше понять особенности мышления и черты характера данного народа» [13, с. 63]. Иранский исследователь А. Фейзоллахи считает, что несмотря на культурные различия некоторые пословицы на разных языках имеют сходство [14]. Исследователь в области персидского языка утверждает, что «при сопоставлении признаков концептов, выраженных в разных языках, можно выявить сходства и различия в языковой картине мира разных народов» [15, с. 206]. Таким образом, предметом нашего исследования являются фразеологизмы, пословицы и поговорки, включающие компонент гиперконцепта «семья» русского и персидского языков.

Методология и методы исследования. Эмпирической базой исследования стали дефиниции из толковых и фразеологических словарей сопоставляемых языков,



которые послужили основополагающими для лингвокогнитивного и лингвокультурологического анализа концепта «семья», позволивших выявить национально-специфические черты культуры Ирана и России. При изучении концепта «семья» использованы следующие методы и приёмы исследования: 1) индуктивный метод и метод сплошной выборки и группировки – при сборе сопоставляемого материала: в русской выборке использованы «Пословицы русского языка» В. И. Даля, «Словарь пословиц и поговорок» С. Н. Зигуненко, а также материал из интернет-ресурсов и из личной картотеки авторов, созданной в результате наблюдений за речью носителей русского языка. Основным источником персидской выборки являются сборники пословиц и поговорок «فرهنگ» («Большой словарь персидских пословиц») автора Дехкан Бахман (2015) и «فرهنگ لغات و اصطلاحات» («Словарь терминов и толкований персидских пословиц») автора Шамлу Ахмад (1974); 2) метод концептуального и семантического анализа, который использован для качественного изучения и обработки отобранного лексического материала; 3) сопоставительный метод, который позволил провести сопоставительное соотношение языковых картин мира двух сопоставляемых языков.

Результаты исследования и их об- суждение. Исходя из толкований, приведённых в русских и персидских толковых словарях, авторы выяснили, что гиперконцепт «семья» состоит из нескольких компонентов-микрконцептов:

Слот 1. Семья ↔ Супружество – малая социальная группа; единица социума; люди, состоящие в брачных отношениях.

Е. В. Добровольская указывает: «Муж и жена, не являясь кровными родственниками, образуют союз, который представлял и представляет собой основу семейно-брачных отношений, в структуру которых вплетаются хозяйственно-экономические связи: семья – это единое хозяйство» [16, с. 12].

В персидском языковом сознании супружество имеет значение «...союза, заключённого между супругами на основе любви, ведущей к достижению счастья, здоровья и долгой жизни» [17, с. 4].

Таким образом, к данному понятию концепта «семья» относятся единицы, имеющие значение: 1) жить вместе; 2) вступить в брак.

Основными качествами, которыми характеризуется микроконцепт «семья – супруги», являются любовь, гармония, взаимоуважение и взаимопомощь. Именно на эти качества и указывает основная масса паремий русского и персидского языков, содержащих компонент «семья»: «Доброю женою», «муж честен» и его персидский эквивалент *شوهر پير نمیشود زن که خوب باشد*, что в переводе звучит как «У хорошей жены, и муж не стареет». Русской распространённой поговорке «Муж – голова, жена – душа» в персидском языке соответствует *چراغ دل زن شوهر اوست*, со сходным значением «Муж – светоч сердца жены». Дефиницию русской поговорки «Муж крепок по жене, а жена крепка по мужу» можно представить в персидском языке как *مرد کاری، زن کاری تا مرد کارى، بگرده روزگارى*, которая в переводе звучит как «Работающий муж и работающая жена живут в согласии». Такие известные паремии в русском языке, как «Муж и жена – одна сатана» и «Муж и жена – одно дело, одно тело, один дух», и в персидском языковом сознании имеют аналог *کل زن و شوهر را از یک تگار برداشته اند* – «Глина, из которой слеплены муж и жена, взяты из одного корыта», или *خاک زن و شوهر را از یکجا برداشتند* как «Муж и жена созданы из одной глины», и т. д.

Однако общеизвестно, что в семейной жизни не всё протекает так гладко, как иногда хотелось бы, и потому семейные ссоры являются естественным явлением в браке. Данное явление нашло отражение в выражениях «Жена взбесилась и мужа не спросилась»; «Намёки да попреки – семейные пороки» и т. д.

В русской культуре встречаются паремии, в которых положительно отзываются о ссорах в семье. Например, дефиниции таких русских паремий, как «Милые бранятся только тешатся» или «Ссора в своей семье до первого взгляда», в персидском языковом сознании представлены эквивалентом *زن و شوهر دعوا کنند و ابلهان باور کنند*, что имеет следующее значение: «В ссору между мужем и женой могут верить только идиоты». Знаменательно, что паремия «Ссора супругов – летний дождь: ночь переспят и помирятся», где «летний», видимо, передаёт дуновение прохлады, в персидском языке имеет эквивалент *دعواى زن و شوهر مانند* что значит «Ссора супругов словно весенний дождь», где определение «летний» заменено на «весенний», вероят-

но, в связи с территориально-климатическими особенностями Ирана.

Кроме того, обнаружены выражения, указывающие на то, что семейные проблемы должны решаться внутри семьи, нет необходимости вовлекать в свои семейные раздоры постороннего человека: «Муж с женой бранятся, чужой не вяжись»; «Муж с женой ругайся, а третий не мешайся» и т. д. Аналогичная поговорка имеется и в персидском языке: در دعواى زن و شوهر دخالت نکن – «Не вмешивайся в супружеские ссоры».

В поговорках русской лингвокультуры проявляются наставления по супружеской верности, и основная масса из них указывает на необходимость целомудренности и хорошего поведения со стороны женщины, например, «Неверная жена – чужой человек в доме». В персидской языковой культуре также имеются поговорки со сходным значением. Например, اسب و زن ر شمشير وفادار كى – دید؟, что в переводе звучит как «Кто встречал верную жену, лошадь и меч?».

Относительно мужской неверности в русской лингвокультуре можно отметить сравнительно меньшую категоричность: «Чужая жена – лебедушка, а своя – полынь горькая»; «Законною женою будь доволен и одною»; «Перелётный соловей: то на сосну, то на ель». Рассуждая на данную тему, можно привести следующий пример из персидской лингвокультуры: زن فقط يك ماه اول براى شوهر جذاب است – «Женщина привлекательна для мужа только первый месяц».

В русской лингвокультуре в семейных отношениях прослеживается доминирующая роль мужчины. Сюда можно отнести выражения, которые указывают на то, что именно мужчина должен «верховодить» в семье: «Муж в доме, что глава на церкви»; «Мужик в семье, что матица в избе» и т. д. Мужская доминанта в семье и женская зависимость от мужчин прослеживаются в пословицах о супружестве и в иранской лингвокультуре. Приведём пример: پيش زن گرامى تر از شوهرى چیزى نيست خانه اى كه مردسالار باشد سعادت مند مى شود – «Дом, где верховодит мужчина, будет процветать». Аналогом к русской поговорке «Хозяин в доме, что медведь в бору, как хочет, так и будет» можно привести персидское выражение خانه اى كه مرد در آن نيست، سگ و گربه به هم زور مى گويند

где нет мужчины, даже кошки и собаки насильничают».

Однако главенствующая роль жены в семье звучит иронично в единицах, которые выражают семейный матриархат: «Жена верховодит, так муж по соседям бродит»; «Жена мужа и не бьёт, а под свой норов ведёт»; «Где жена – начало, там муж – мочало» и т. д. В персидской культуре также имеются выражения аналогичного характера: خانه اى كه زن در آن ريس باشد از هم مى پاشد – «Дом, в котором женщина хозяйка, разваливается».

Среди поговорок с компонентом микроконцепта «семья – супружество» также были выявлены единицы, указывающие на необходимость серьёзного отношения к подходу создания семьи. Наиболее распространёнными из них являются: «Жениться – не лапоть надеть»; «Жениться – легко ошибиться» – и по отношению к замужеству: «Замуж выйти не напасть, замуж выйти б не пропасть»; «Замуж выходи – в оба гляди» и т. д. В персидской культуре можно представить такие поговорки, как نگام ازدواج چشمات رو خوب باز کن، в переводе «Перед женитьбой/замужеством раскрывай глаза шире».

Не менее важное значение в поговорках русской лингвокультуры отводится и проблеме выбора пары для создания семьи. Можно привести следующие наиболее распространённые единицы из них: «Выбирай жену не в хороводе, а в огороде»; «Всякая невеста для своего жениха родится»; «Не ищи жену модницу, а ищи заботницу», – и ироничное «Умную взять – не даст слова сказать». В персидском языке им соответствует такое выражение, как نه گاو را در بهار بگير و نه زن را در عروسى – «Не выбирай корову по весне, а жену – на свадьбах».

Слот 2. Семья ↔ Родители и дети – группа людей, состоящая из мужа, жены, детей и других близких родственников, проживающих вместе. В персидском языке данного типа семейная организация выражается как социальная ячейка, «...состоящая из жены и мужа, детей и представителей старших поколений» [18, с. 212].

Ядрами анализируемого слота концепта «семья» являются такие понятия, как «мама», «папа», «ребёнок», «дочь», «сын». Примечательно, что в понятиях, выражающих кровное родство, в группе индоевропейских языков прослеживается сохране-



ние основ его единиц: мать – مادر [madar], созвучное с англ. mother; папа – پدر [pedar] с англ. father; брат – برادر [baradar] с англ. brother; дочь – دختر [dohtar] с англ. daughter; сын – پسر [pesar], англ. son.

В русских пословицах подчёркивается, что в воспитании детей роль обоих родителей носит равный характер. «*Коли есть отец и мать, так ребёнку благодать*»; «*Детей учить – не лясы точить*». Однако в выражениях о материнстве большой акцент делается на значимости такого микроконцепта, как «женщина – мать». Это связано с тем, что чувства матери не зависят от отношений в обществе и потому всегда звучат с положительной коннотацией: «*При солнышке тепло, при матери добро*»; «*Отцов много, а мать одна*»; «*Нет милее дружка, как родная матушка*»; «*Без отца – полсирота, а без матери – круглая сирота*». В иранских паремиях также подчёркивается большая роль матери по сравнению с отцом, акцент делается на её незаменимости: بهشت زیر پای مادران است в переводе как «*Рай под ногами матерей*», مادر زن بابادلبر میشود, مادر نمی شود в буквальном переводе как «*Мачеха никогда не заменит матери*».

Дети у всех народов рассматриваются как великая ценность. Россия и Иран в этом отношении не являются исключениями. В русской лингвокультуре это явление передаётся через такие единицы, как: «*Дети – цветы жизни*»; «*Детей нет – в семье пустоцвет*»; «*Жизнь родителей в детях*». В персидской языковой культуре им соответствуют следующие паремии со сходным значением: هر کسی که فرزند ندارد غم دارد в буквальном переводе как «*Кто не обладает детьми, тот полон горя*»; خداوند کسی را که فرزندان ندارد فراموش نمی کند – «*Бог не забывает о многодетных семьях*», хотя всё чаще в настоящее время в Иране можно услышать بچه کمتر زندگی بهتر, то есть «*Чем меньше детей, тем лучше жизнь*». Наиболее распространённым в иранской лингвокультуре является выражение فرزند عصای دست والدین است – «*Ребёнок – трость для родителей*», подчёркивающее ценность и значимость детей в семейной жизни иранцев. Наблюдается параллель «ребёнок – ангел»: «*Дети – божья благодать*» и его персидский аналог فرزند هدیه خداوند است «*Дети – божий дар*».

В паремиях о взаимосвязях детей и родителей русской лингвокультуры также име-

ются указания на проблемы правильного воспитания младшего поколения. К таким относятся: «*Не та мать, что родила, а та, что выходила*»; «*Наказывай детей в юности, успокоят тебя на старости*» и т. д. В персидской лингвокультуре распространены идентичные русским выражениям такие паремии, как: صد دایه مهربان به بوی مادر نرسد в переводе как «*Сто добрых няней несравнимы с матерью*» и مادر واقعی کسی است که تورا بزرگ می کند نه بزاید – «*Настоящая мать – это та, которая вас воспитывает, а не рожает*».

Немалое значение в русской и персидской лингвокультуре отводится отношениям, включающим компонент микроконцепта «дети – родители». Даётся наказ проявления любви и уважения по отношению к родителям: «*Кто родителей почитает, тот век счастливым живёт*»; «*Кто родителей почитает, тот век не погибает*»; «*На свете всё найдёшь, кроме отца да матери*»; «*Кто родителей почитает, тот разум знает*». С аналогичным значением можно найти паремии и в персидской культуре. Например, اولاد بد پدر و مادر پیر میکند в переводе «*Плохие дети делают родителей старыми*» или هیچکس پدر و مادر نمی شود – «*Никто не может заменить родителей*», а также پدر و مادر دوست بدون رشوه هستند «*Родители дружат без взяток*».

В русской лингвокультуре имеются паремии, в которых родители уподобляются или приравниваются к богу: «*Кто не чтит родителей, тот и Богу супротивник*». В персидском языке уважение к родителям также является богоугодным делом. Например, پدر خدای کوچک است в буквальном переводе имеет «*Отец – это маленький/второй бог*».

В русской лингвокультуре преобладают паремии, указывающие на схожесть характеров и воспитания между родителями и детьми: «*Яблоко от яблони недалеко падает*»; «*Какова мать, такова и дочь*»; «*Каков отец, таков и молодец*». В персидском языке также имеются схожие единицы: مادر را ببین دختر را بگیر, что означает «*Сначала посмотри на мать, а уже потом женись на её дочери*». Однако существуют и паремии, указывающие на то, что не всегда имеется схожесть между родителями и детьми. Например, в русской культуре – «*Бывает добрая овца и от беспутного отца*», а в персидской культуре в данном случае употребляется следующее распространённое

выражение: «*پسر نوح پیغمبر کافر شد*» – «*Даже сын пророка Ноя стал неверующим*».

Социально значимым для семьи считаются сыновья: «*Всегда отец веселится, когда хороший сын рождается*»; «*Дочерями красуются, а сыновьями в почёте живут*». В персидской культуре имеются также паремии со схожим значением, т. е. подчёркивающие значимость сына в семье: «*خانه پسر دارا* – «*В семье, где имеется сын, не наступит ночь*», «*فرزند پسر چراغ خانه را روشن*» – «*Сын поддерживает свет в жилище*». Дочь же в ряде случаев в русской лингвокультуре рассматривается как член семьи, которому суждено покинуть дом, и потому не имеет определённой ценности: «*Дочь – чужое сокровище*»; «*Дочь отцу-матери не корысть (не кормилица)*». Однако в персидском варианте существуют примеры, когда дочь имеет более ценное значение, чем сын: «*دختر وفایش از پسر بیشتر است*» – «*Дочь преданнее мальчика*»; «*دختر حکم پل دارد*» – «*Девочка как мост*», который может соединить в браке две семьи.

Слот 3. Родня – группа людей, связанных отношениями родства и взаимной ответственностью. И в русской, и в персидской лингвокультуре понятие «семья» включает в себя и родственников. Данные отношения родства складываются на основе происхождения от общего предка, а также могут быть приобретёнными в результате общности быта в брачном союзе.

Первичными, или ядерными, терминами данного слота можно обозначить такие понятия, которые выражают отношения кровного родства: бабушка, дедушка, дяди, тёти, внуки.

К вторичным наименованиям относят такие понятия, которые складываются в результате усложнения брачно-семейных отношений: тещь – тёща, свёкор – свекровь, сноха, зять, шури́н и т. д. Однако в современной русской лингвокультуре наметился переход их употребления в форме более доступного понимания их значения для представителей иных субкультур. Данное современное употребление основывается на продуцировании терминологий основных его терминов. Отметим, что такое употребление является более сходным с иранской культурой. Сравним: *тёща* ↔ мать жены ↔ *مادر زن* [мадар зан]; *тещь* ↔ отец жены ↔ *پدر زن* [педар зан]; *свёкор* ↔ отец мужа ↔ *پدر شوهر* [педар шохар]; *свекровь* ↔ мать мужа ↔ *مادر*

شوهر [мадар шохар]; *шури́н* ↔ брат жены ↔ *برادر زن* [барадар зан]; *деверь* ↔ брат мужа ↔ *برادر شوهر* [барадар шохар]; *золовка* ↔ сестра мужа ↔ *خواهر شوهر* [хахар шохар]; *свояченица* ↔ сестра жены ↔ *خواهرزن* [хахар зан] и т. д. Данные отношения складываются в результате брачной супружеской организации отношений, ядерными понятиями которых как в русской, так и в персидской культуре являются *сноха* ↔ жена сына ↔ невестка ↔ *عروس* [арус] и *зять* ↔ муж дочери ↔ *داماد* [дамад]. Такое наличие родственных связей указывает на отличия в менталитете русского народа и его склонности к созданию больших тесных семейных отношений [19, с. 120].

В русской паремиологической картине мира складывающиеся отношения между снохой и родителями мужа получили отражение в основном в таких единицах, в которых они маркированы отрицательно: «*От свекровушкиной ласки слезами захлебнёшься*»; «*Помнит свекровь свою молодость и снохе не верит*»; «*Свекровь с невесткой, что кошка с собакой*». В персидской языковой картине отношения свекрови и невестки также носят отрицательный характер. Приведём следующие примеры: *خوشا به حال مادر شوهر که عروس که مادر شوهر ندارد* в переводе как «*Блаженна невеста, у которой нет свекрови*»; *دعوی عروس و مادر شوهر را در آسمان ها نوشتند* в переводе звучит как «*Ссора невесты со свекровью предначертана на небесах*»; *زبان مادر شوهر مثل کاکتوس است* что в буквальном переводе означает «*Язык свекрови подобен кактусу*».

Не остались в стороне и складывающиеся отношения между зятем и родителями жены. В основном они выражают довольно дружелюбно складывающиеся социальные отношения между его представителями. «*Зять на порог – тёща за яйцами*»; «*Зять мил по дочери*»; «*Пожалуйста, зятек, съешь пирожок!*» Как видно из приведённых примеров, тёща и зять не являются антагонистами, и потому их отношения характеризуются положительной оценочностью. В иранской культуре тёща и зять как и в русской культуре не являются антагонистами, и отношения между ними характеризуются положительной оценочностью: *داماد دوست* – «*Зять – друг тёщи*».

Однако не все паремии указывают на хорошо складывающиеся отношения между представителями данного микрополя.



Следующий блок представлен небольшим числом паремий экспрессивного характера: «Бедному зятю и тестю не рад»; «Нет чёрта в доме – прими зятя», и в персидском варианте их эквивалент داماد نکو، بگو جرک بر دل است – «Не говори зять, скажи гной на сердце».

Ярким примером русской лингвокультуры, указывающей на складывающиеся отношения между членами данного микрополя, является следующее выражение: «Зять с тещей – друзья, свекровь с невесткой – соперницы». В персидской культуре имеет аналогичное ему выражение داماد دوست مادر زن است و مادر شوهر و عروس مثل مار و پونه – «Зять – друг тещи, а свекровь и невестка словно змея и орегано». В иранской культуре принято считать, что змея не переносит аромат этого растения и тем самым отпугивает от себя.

Заключение. В ходе исследования осуществлена своеобразная диагностика семейно-родственных отношений на паремиологическом уровне. На современном этапе и в иранском, и в русском культурно-языковом сознании семья – это группа, состоящая из близких родственников. Религиозность является важным культурным элементом в семейной жизни как русского, так иранского народов. В русской семье отношения между мужем и женой регламентируются общехристианскими традициями, в иранской – исламскими.

Исходя из проанализированных пословиц, поговорок и изречений выявлено, что в слоте 1 как в иранской, так и в русской лингвокультуре ядерными понятиями являются муж и жена. Основными компонентами при этом считаются проявление чувств, отношения между супругами внутри семьи. В слоте 2 – родители и дети – роль матери как для персов, так и для русских универсальна, несмотря на различный быт и культуру. Из всех членов семьи особое место принадлежит матери как хранительнице очага. Роль отца оценивается менее значимо, чем роль матери в семье.

В паремиях микроконцепта «родители – дети» нашло отражение эмоционально-оценочное отношение народов к

наличию, количеству и поведению детей в семье. В них чётко разделены обязанности супругов в семейном укладе. Главная обязанность женщины как матери в семье и в русской, и в персидской языковых культурах – это забота о муже и воспитание детей. Однако, основываясь на соблюдении требований семейного кодекса, включающих выражение таких чувств, как любовь, доверие и единство между супругами, быт семейной жизни является общим. Выявлено, что как в русской, так и в персидской культуре родители пользуются непререкаемым авторитетом и глубоким почитанием. Культуре обоих этносов свойственен культ детей, и доминирующее положение принадлежит именно сыновьям. Слот 3 включает в себя отношения, связанные кровным родством и приобретённые в результате общности быта. В обоих лингвокультурах они характеризуются довольно различными взаимоотношениями между представителями данного микрополя.

Проведённый лингвокогнитивный и лингвокультурологический анализ дал возможность определить общее и национально-специфическое в паремиологическом фонде русского и персидского языков. В результате выявлено: в пословицах и поговорках о семье в России и Иране наблюдается много общего, что характеризуется глубоким взаимопроникновением культур, а также обусловлено общечеловеческим значением семейной жизни.

Выводы, полученные в результате изучения, имеют прикладное значение и могут вызвать интерес исследователей в области востоковедения, а также преподавателей русского языка как иностранного в ираноязычной среде и персидского языка в русскоязычной аудитории с целью дальнейшего лингвокультурологического анализа и изысканий в данной области. Примеры, приведённые в работе, и результаты данного исследования могут быть использованы при изучении паремий русской и персидской лингвокультур, а также учтены при разработке специализированных словарей пословиц и поговорок, фразеологизмов и устойчивых выражений.

Список литературы

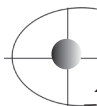
1. Патнэм Х. Значение «смысла» // Миннесотские исследования в области философии науки. 1975. № 7. С. 131–193.

2. Гайченя А. А. Концепт СЕМЬЯ в русской и испанской языковых картинах мира. Лингвокультурологический анализ // Язык и текст. 2018. № 4. С. 68–77.
3. Калаши Н. Национально-языковая картина мира в персидском и русском языках. Освоение семантического пространства русского языка иностранцами: материалы междунар. науч.-практ. онлайн-конференции (15–16 окт. 2020 г.). Н. Новгород: НГЛУ, 2021. С. 200–204.
4. Апресян Ю. Д. Интегральное описание языка и системная лексикография. Избранные труды: в 2 т. Т. 2. М.: Языки русской культуры, 1995. 767 с.
5. Ян Фан. Концепт «семья» в русской и китайской языковых картинах мира // Известия Томского политехнического университета. 2013. Т. 323, № 6. С. 250–255.
6. Аскольдов-Алексеев С. А. Концепт и слово // Русская речь. Новая серия. 1928. № 2. С. 28–34.
7. Мойноддини М. Анализ социальных тем в общих пословицах Кермана // Центр исследования Кермановедения. Керман. 2002. С. 164.
8. Чераги М. Психологический анализ родительско-детских отношений в иранских пословицах // Research Family Quarterly. 2019. № 55. С. 383–410.
9. Золфагари Х. Семья и семейные отношения в персидских пословицах // Культура иранского народа. 2012. № 31. С. 137–154.
10. Морган Л. Г. Древнее общество или исследование линий человеческого прогресса от дикости через варварство к цивилизации. Л.: Институт народов Севера ЦИК СССР, 1934. 216 с.
11. Алефиренко Н. Ф. Теория языка. Вводный курс. М.: Академия, 2006. 367 с.
12. Резвани В. Культурное отражение женской идентичности в персидских и русских пословицах // Journal of Foreign Language Research. 2021. № 10. С. 788–799. DOI: 10.22059/jflr.2021.315696.787.
13. Абдолмалеки К. С., Аштиани Мадждабади Кохнех Н. Концепт «собака» в пословицах и фразеологизмах русского и персидского языков // Гуманитарный вектор. 2020. Т. 15, № 5. С. 62–69. DOI: 10.21209/1996-7853-2020-15-5-62-69.
14. Фейзоллахи А. Сравнительное исследование некоторых из наиболее широко используемых пословиц на персидском и испанском языках // Лингвистические исследования иностранных языков. 2019. Т. 9, № 2. С. 565.
15. Тарбеева Н. М. Анализ языковых репрезентаций концепта «отдых» в персидском языке // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. Серия «Филологические науки». 2019. Т. 135, № 2. С. 205–210.
16. Добровольская Е. В. Концептуализация семьи в русской языковой картине мира: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Томск, 2005. 28 с.
17. Киасалар М. Брак + 18: 18 Вопросов и ответов о связи между браком и здоровьем. Тегеран: Young Publishing, 2009. 96 с.
18. Зареан М. Положение семьи и влияние на её развитие // Стратегические исследования женщин. 2013. № 59. С. 190–227.
19. Эдельман Д. И., Молчанов Е. К. об истории родства и свойства в иранских языках и диалектах. Алгебра родства: Родство. Система терминов родства. СПб.: СПбНЦ РАН; 2019. Вып. 17. С. 114–141.
20. Барышникова Н. Г., Стенина В. Ф. Концепт семья в алтайских былинах: дефиниции «мать» и «отец» // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2019. Т. 12, № 1. С. 7–11.
21. Березина А. В., Александрова М. Д. Концепт «смерть» в иранской культуре (на примере фраземике персидского языка) // Гуманитарный вектор. 2019. Т. 14, № 1. С. 20–29. DOI: 10.21209/1996-7853-2019-14-1-20-29.
22. Богуславская В. В., Чафонова А. Г. Концепт «семья»: актуализация в медиа-дискурсе российских, датских и финских СМИ // Дискурс. 2019. № 6. С. 155–165. DOI: 10.32603/2412-8562-2019-5-6-155-165.
23. Гасанова Г. А. Фразеологические средства выражения концепта «семья» в русской языковой картине мира // Мир науки, культуры, образования. 2019. № 6. С. 627–629. DOI: 10.24411/1991-5497-2019-10271.
24. Романюк М. Ю. Концепты «любовь», «дом», «семья» в поговорках русского, английского и немецкого языков. Оренбург: ОГУ, 2013. 159 с.
25. Тянь Ц. Структурные и семантические особенности соматических фразеологизмов в русском и китайском языках: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. Волгоград, 2001. 214 с.

Информация об авторах

Халида Сиями Эйдлак, кандидат филологических наук, Боджнордский университет; 9453155111, Иран, Северный Хорасан, г. Боджнорд; e-mail: kh.siyami@ub.ac.ir, <https://orcid.org/0000-0001-9466-7428>.

Язданmehr Сайед Мохаммад Джавад, кандидат филологических наук, Мешхедский университет им. Фирдоуси; 9177948963, Иран, Хорасан Разави, г. Мешхед; e-mail: mjyazdanmehr@ferdowsi.um.ac.ir, <https://orcid.org/0000-0002-3129-4916>.



Вклад авторов

Халида Сиями Эйдлак – основной автор, организатор данного исследования, формализовал выводы, сделал заключение исследования.

Язданмехр Сайед Мохаммад Джавад – соавтор, собирал и обрабатывал материал по эквивалентности паремий иранской лингвокультуры.

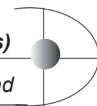
Для цитирования

Халида Сиями Эйдлак, Язданмехр Сайед Мохаммад Джавад. Вербализация концепта «семья» в русской и иранской языковых картинах мира (на материале пословиц) // Гуманитарный вектор. 2022. Т. 17, № 1. С. 75–85. DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-75-85.

Статья поступила в редакцию 15.08.2021; одобрена после рецензирования 20.10.2021; принята к публикации 25.10.2021.

References

1. Putnam, H. The Meaning of 'Meaning'. *Minnesota Studies in the Philosophy of Science*, vol. 7, pp. 131–193, 1975. (In Engl.)
2. Gaychenya, A. A. Family concept in Russian and Spanish language pictures of the world. *Linguoculturological analysis. Language and text*, no. 4, pp. 68–77, 2018. (In Rus.)
3. Kalashi, N. National-linguistic picture of the world in the Persian and Russian languages. *Mastering the semantic space of the Russian language by foreigners. Proceedings of the International Scientific and Practical Conference. Nizhny Novgorod: 15–16 October 2020: 200–204.* (In Rus.)
4. Apresyan, Yu. D. *Integral language description and systemic lexicography. Selected Works. Vol. 2. M: Yaziki russkoi kulturi*, 1995. (In Rus.)
5. Yang, F. Concept "FAMILY" in Russian and Chinese picture of the world. *Izvestia TPU*, no. 6, pp. 250–255, 2013. (In Rus.)
6. Askol'dov-Alekseev, S. A. Concept and word. *Russian speech. New episode, issue II*, 1928: 28–34. (In Rus.)
7. Moienoddini, M. *Analysis of social themes of proverbs in Kerman. Kerman: Kerman Studies Center*, 2002. (In Persian)
8. Cheraghi, M. Psychological analysis of the parent-child relationship in Iranian proverbs. *Research Family Quarterly*, no. 55, pp. 383–410, 2019. (In Persian)
9. Zolfaghari, H. Family and family relations in Persian proverbs, *Iranian Culture Quarterly*, no. 31, pp. 137–154, 2012. (In Persian)
10. Morgan, L. G. *Ancient society or the study of the lines of human progress from savagery through barbarism to civilization. L: Institut narodov Severa TSIK SSSR*, 1934. (In Rus.)
11. Alefirenko, N. F. *Theory of language. Introductory course. M: Academia*, 2006. (In Rus.)
12. Rezvani, V. Cultural reflection of female identity in Persian and Russian proverbs. *Journal of Foreign Language Research*, no. 10, pp. 788–799, 2021. DOI: 10.22059 / jflr.2021.315696.787 (In Rus.)
13. Abdolmaleki, K. S., Ashtiani Majdabadi Kohneh, N. The Concept of "Dog" in Proverbs and Phraseological Units of the Russian and Persian Languages. *Humanitarian Vector*, no. 5, pp. 62–69, 2020. DOI: 10.21209/1996-7853-2020-15-5-62-70. (In Rus.)
14. Feyzalakh, A. A Comparative Study of Some Commonly Used Proverbs in Persian and Spanish Languages, *Tehran: Linguistic Research in Foreign Languages*, no. 2, pp. 565, 2019. (In Persian)
15. Tarbeyeve, N. M. Analysis of linguistic representations of the concept of "rest" in the Persian language. *Limez VSPU. Philological sciences*, no. 2, pp. 205–210, 2019. (In Rus.)
16. Dobrovol'skaya, E. V. *Conceptualization of the family in the Russian linguistic picture of the world: author. Cand. filol. sci. diss. Tomsk*, 2005. (In Rus.)
17. Kiasalar, M. *Marriage + 18: 18 Questions and answers about the relationship between marriage and health. Prepared and arranged, Young Publishing, Tehran. 1980: 96.* (In Persian)
18. Zarean, M. Family position and the influence of the family in its direction. *Strategic Studies of Women. Issue 59. Spring 2013: 111–135.* (In Persian)
19. Edel'man, D. I., Molchanov, Ye. K. About the history of kinship and properties in Iranian languages and dialects. *Kinship Algebra: Kinship. A system of kinship terms. SPb: SPbNTS RAN; ANO "KIO"*, no. 17, pp. 114–141, 2019. (In Rus.)
20. Baryshnikova, N. G., Stenina, V. F. The concept of a family in Altai epics: the definitions of "mother" and "father". *Philological sciences. Questions of theory and practice*, no. 1, pp. 7–11. 2019. <https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.1.1> (In Rus.)



21. Berezina, A. V., Alexandrova, M. D. The Concept of “Death” in the Iranian Culture (on the Example of Persian Idioms). *Humanitarian vector*, no. 1, pp. 20–29, 2019. DOI: 10.21209/1996-7853-2019-14-1-20-29. (In Rus.)

22. Boguslavskaya, V. V., Chafonova, A. G. A Concept “Family”: Actualization in Russian, Danish and Finnish Media Discourses. *Diskurs*, no. 6, pp. 155–165, 2019. DOI: 10.32603/2412-8562-2019-5-6-155-165. (Rus.)

23. Gasanova, G. A. Phraseological means of expressing the concept of “family” in the Russian language picture of the world. *The world of science, culture, education. Gorno-Altaysk*, no. 6, pp. 627–629, 2019. DOI: 10.24411/1991-5497-2019-10271. (In Rus.)

24. Romanyuk, M. Yu. The concepts “love”, “home”, “family” in the paramics of the Russian, English and German languages. Orenburg: OGU, 2013. (In Rus.)

25. Tian, Ts. Structural and semantic features of somatic phraseological units in Russian and Chinese. *Cand. filol. sci. diss. Volgograd*, 2013. (In Rus.)

Information about author

Khalida Siyami Eidlak, Candidate of Philology, University of Bojnord; 4th km Road to Esfarayen, Bojnord, North Khorasan, 9453155111, Iran; e-mail: kh.siyami@ub.ac.ir; <https://orcid.org/0000-0001-9466-7428>.

Yazdanmehr Sayyed Mohammad Javad, Candidate of Philology, Ferdowsi University of Mashhad; Mashhad, Khorasan Razavi, 9177948963, Iran; e-mail: mjyazdanmehr@ferdowsi.um.ac.ir; <https://orcid.org/0000-0002-3129-4916>.

Contribution of authors

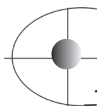
Khalida Siyami Eidlak – the main author, the organizer of this study forms the conclusions and gives the conclusion of the study.

Yazdanmehr Sayyed Mohammad Javad – collected and processed material on the equivalence of the paremias of the Iranian linguistic culture.

For citation

Khalida Siyami Eidlak, Yazdanmehr Sayyed Mohammad Javad. Verbalization of the Family Concept in Russian and Iranian Language Pictures (Based on Proverbs) // *Humanitarian Vector*. 2022. Vol. 17, No. 1. PP. 75–85. DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-75-85.

Received: August 15, 2021; approved after reviewing October 20, 2021; accepted for publication October 25, 2021.



<http://www.zabvektor.com>

ISSN 2542-0038 (Online) ISSN 1996-7853 (Print)

Научная статья

УДК 070

DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-86-94

Презентация современных ценностей гуманизма конфуцианства в медийном пространстве

Лай Линчжи

Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург, Россия

1169478672@qq.com, <https://orcid.org/0000-0003-3180-9286>

В современном высокотехнологичном мире СМИ играют значимую роль в «понимании информации» и «формировании знаний», также имеют большое значение в формировании и репрезентации коллективных ценностей общества. Конфуцианская культура является не только системой знаний, но и системой ценностей. Китайское общество в столкновении с внутренними и внешними проблемами, противоречиями, духовным кризисом опирается на базовые ценности конфуцианской культуры, тем самым укрепляет социальную и политическую стабильность. Идеи конфуцианской культуры имеют и высокую прикладную ценность для регулирования современных международных отношений. Страна прилагает усилия для презентации основных ценностей гуманизма конфуцианской культуры в стране и за рубежом. СМИ в данном процессе играют важнейшую роль, чем и определена актуальность данной работы. В статье выявлены современные ценности гуманизма конфуцианства, презентуемые в китайских СМИ на примере интернет-версии «Жэньминь Жибао». Хронологические рамки исследования – период с 15 сентября 2019 г. по 15 сентября 2021 г. Основные методы исследования: критический анализ научной литературы и контент-анализ газетных текстов. Автором осуществлены анализ и систематизация научных работ по выбранной теме с целью выделения идей, основных положений, концепций, принципов, положенных в основу конфуцианского мировоззрения, и их современной ценностной интерпретации – как для Китая, так и мирового сообщества в целом. Изучено значение медийного пространства для формирования ценности индивида и общества. Метод контент-анализа применён при изучении современных ценностей гуманизма конфуцианства. Анализ показывает, что китайские СМИ выступают в качестве платформы представления, презентации, интерпретации и актуализации современных ценностей гуманизма конфуцианства: уделяют внимание ценности конфуцианства и для индивида, и для коллектива; актуализируют ценности его гуманистических идей, таких как «Человеколюбие» и «Гармония»; подчёркивают моральную, духовно-психологическую, идейную и социально-политическую ценность гуманизма; актуализируют ценность конфуцианства внутри самого Китая и в мировом масштабе.

Ключевые слова: ценность, гуманизм, человеколюбие, гармония, конфуцианство, СМИ

Original article

Presentation of Modern Values of Confucianism Humanism in the Media Space

Lai Lingzhi

Saint Petersburg State University, St. Petersburg, Russia,

1169478672@qq.com, <https://orcid.org/0000-0003-3180-9286>

In the modern high-tech world, the mass media play a significant role in “understanding information” and “forming knowledge”, and are also of great importance in the formation and representation of collective values of society. Confucian culture is not only a system of knowledge, but also a system of values. In the face of internal and external problems, contradictions, and spiritual crisis, Chinese society relies on the basic values of Confucian culture, thereby strengthening social and political stability. The ideas of Confucian culture also have a high applied value for the regulation of modern international relations. The country is making efforts to present the basic values of humanism of Confucian culture in the country and abroad. And the media play a crucial role in this process. This determines the relevance of this work. The article reveals the modern values of humanism of Confucianism presented in the Chinese media on the example of the Internet version of *People's Daily*. The chronological framework of the study is the period from 09.15.2019 to 09.15.2021. Main research methods: critical analysis of scientific literature and content analysis of newspaper texts. The author analyzes and systematizes scientific works on the chosen topic in order to highlight the ideas, main provisions, concepts, principles underlying the Confucian worldview, and their modern value interpretation – both for China and the world community as a whole. The importance of the media space for the formation of the value of the individual and society is studied. The method of content analysis was applied in the study of modern values of humanism

© Лай Линчжи, 2022



of Confucianism. The analysis shows that the Chinese media act as a platform for the presentation, interpretation and actualization of modern values of humanism of Confucianism: they pay attention to the value of Confucianism for both the individual and the collective; actualize the values of its humanistic ideas, such as "Humanity" and "Harmony"; emphasize its moral, spiritual, psychological, ideological and socio-political value of humanism; actualize its value within China itself and on a global scale. In a further study, the effectiveness of the actualization of specific values of Confucianism in the Chinese media can be more carefully considered.

Keywords: value, humanism, Confucianism, mass media

Введение. Предметом данной статьи выступают современные ценности гуманизма конфуцианства, презентуемые в китайских СМИ. Ценность – специфически человеческое отношение к миру, возникающее в процессе формирования и развития культуры. Ценности упорядочивают действительность, вносят в её осмысление оценочные моменты. Они соотносятся с представлением об идеале, желаемом, нормативном [1, с. 279]. Ценность фиксируется и обозначается через определённые жизненные представления, в связи с чем человек сам определяет, что для него свято [2, с. 31]. Ценностные ориентации могут возрождаться, обретать новое звучание в другую эпоху [1, с. 279].

Конфуций – великий китайский мыслитель, философ, политик, педагог, общественный деятель, конфуцианство как этико-философское учение, разработанное им и развитое его последователями, стало одним из важных символов культуры Китая и сокровищницей мировой истории и культуры. Включая в себя мировоззрение, общественную этику, традицию, образ жизни и менталитет, конфуцианство оказало глубочайшее влияние на различные сферы общественной жизни древнего Китая и остаётся насущной потребностью в современном Китае [3, с. 154].

Конфуцианская культура обладает эпохальной исторической ценностью и уходит корнями в историю. Конфуцианство учит «добиваться самосовершенствования, содержать в порядке семью, управлять государством и нести Поднебесный мир (修身, 齐家, 治, 平天下)», что определяет и современные ценности культуры. Ценности традиционной китайской культуры призваны оказывать положительное влияние на способ мышления, мораль и психологию современных людей, удовлетворять потребности духовного развития народа [4, с. 20].

СМИ, отчасти социальные сети, являются основными каналами коммуникации, которые в массовом порядке, но на индивидуальном уровне доводят до сознания человека утверждаемые ценности, рефлексируют

по поводу их интерпретаций и обновлений со стороны общества [2, с. 33].

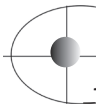
Благодаря глубокой интеграции с обществом СМИ изменяют модель коммуникации и в процессе популяризации формируют основные ценности личности и общества [5]. Именно поэтому главным приоритетом обсуждения в академических кругах стала трансформация новых медиакоммуникаций.

Китай активно популяризирует конфуцианские ценности. В настоящее время в деревнях и волостях только одной провинции Шаньдун (родина Конфуция) создано свыше 9200 конфуцианских лекториев, в которых прошло более 40 тысяч различных мероприятий, включая чтение лекций и церемоний жертвоприношения Конфуцию. Общее число участников этих мероприятий превысило 5 миллионов человек¹.

Китай старается активно распространять конфуцианские ценности по всему миру. Так, издана главная книга конфуцианства «Лунь Юй» (или «Беседы и суждения») с высказываниями древнекитайского философа, переведённая на пять языков (монгольский, арабский, чешский, португальский и испанский). Кроме того, каждый год на родине древнекитайского мыслителя и философа Конфуция, в городе Цюйфу провинции Шаньдун, проводится Международный форум по вопросам конфуцианства, на котором эксперты и учёные из разных университетов и научно-исследовательских институтов со всего мира обсуждают современную ценность конфуцианства в контексте понимания мира и развития человечества. 25 августа 2019 г. создан Всемирный центр конфуцианских исследований на родине философа с целью изучения конфуцианства в Китае и зарубежных странах, пропаганды конфуцианского наследия, подготовки специалистов, обмена опытом.

Научная новизна данной работы заключается в системном анализе основных современных ценностей гуманизма конфуцианства, представленных в китайских СМИ.

¹ На родине Конфуция всерьёз взялись за изучение конфуцианства. – URL: http://russian.china.org.cn/china/txt/2017-03/01/content_40385635.htm (дата обращения: 26.09.2021). – Текст: электронный.



В современном высокотехнологичном мире СМИ играют значимую роль в «понимании информации» и «формировании знаний». С увеличением масштабов и скорости распространения информации СМИ приобретают всё большее значение для формирования и репрезентации коллективных ценностей общества.

Цель данной работы – выявление современных ценностей гуманизма конфуцианства, презентуемых в китайских СМИ, на примере интернет-версии официального печатного издания ЦК КПК «Жэньминь Жибао».

Методология и методы исследования. Теоретико-методологическое значение для данного исследования имели работы, в которых культура рассматривается как система ценностей [1; 4; 6–9]. Некоторые современные исследования посвящены проблемам формирования ценностных ориентаций в медийном пространстве [2; 5; 10–12].

Большое количество исследований посвящено современным ценностям конфуцианства [13–18]. Особый интерес для изучения поставленной задачи представляет серия научных работ профессора университета Тунци Китая Лу Ли, в частности, статья «Современные ценности традиционной китайской культуры: коннотация, характеристики и структура» [4]. По его мнению, содержание и форма – две основные структуры ценности. Содержание ценности – это значение и роль конкретных вещей для удовлетворения объективных потребностей чего-либо или кого-либо. Форма ценности – способ проявления и выражения ценности. Содержание ценности зависит от структуры объективного спроса. Учёный утверждает, что содержательная структура современной ценности традиционной китайской культуры состоит из основной, доминирующей и расширенной частей. Исследователь делает вывод о том, что в соответствии с различными критериями современную ценность традиционной китайской культуры можно разделить на различные группы: желаемая и реальная ценности; прямые и опосредствованные ценности; абсолютная и относительная ценности; ценность для индивида и социальные ценности.

В работе Чжан Юй отмечается, что основными характеристиками ценностей традиционной китайской культуры, в основе которой лежит конфуцианство, являются: единство её историчности и современности, единство национальной черты и глобаль-

ного характера, единство объективности и субъективности, единство социальности и индивидуальности [19].

Ряд китайских учёных предлагают с целью защиты национальной культурной безопасности и независимости продвигать основные ценности конфуцианства в условиях цифрового мира, с помощью медийного потенциала. Например, Ма Сян пишет, что в современной ситуации Китая следует позаботиться о системе и институтах формирования ценностей для поддержания безопасности основных ценностей страны [5].

Учёные, отмечая ценности гуманизма конфуцианства в решении международных проблем и регулировании международных отношений, соглашались с тем, что современные ценности конфуцианства являются одним из основных элементов «мягкой силы» Китая на международной арене и во внешнеполитической деятельности страны [15; 20; 21].

Эмпирической базой для данной работы послужили материалы интернет-версии официального печатного издания ЦК КПК «Жэньминь Жибао». Хронологические рамки исследования – с 15 сентября 2019 г. по 15 сентября 2021 г.

Ключевое слово поиска соответствующих материалов для анализа – «конфуцианство». Выборка – сплошная. В течение указанного периода в интернет-версии «Жэньминь Жибао» опубликована 631 статья по соответствующей теме. В качестве единицы анализа взята отдельная публикация. Исходя из совокупности текстов, выявлялись основные ценности гуманизма конфуцианства, презентуемые в китайских СМИ. Конкретные примеры проведены случайным выбором.

Основными методами исследования выступили критический анализ научной литературы и контент-анализ газетных текстов. Автор использовал критический анализ научной литературы по выбранной теме с целью выделения идей, основных положений, концепций, принципов, положенных в основу конфуцианского мировоззрения, их современной ценностной интерпретации – как для Китая, так и мирового сообщества в целом, а также с целью изучения значения медийного пространства для формирования ценности индивида и общества. С использованием метода контент-анализа выявлены презентуемые в интернет-версии «Жэньминь Жибао» современные ценности гуманизма конфуцианства.

Результаты исследования и их суждение. Китайские СМИ выступают в качестве платформы представления, презентации, интерпретации и актуализации современных ценностей гуманизма конфуцианства:

1. По объекту влияния китайские СМИ в равной степени уделяют внимание ценности конфуцианства для индивида и коллектива. Китайские СМИ в большей степени актуализируют ценности таких гуманистических идей, таких как «Человеколюбие» и «Гармония».

2. По сфере влияния китайские СМИ в основном подчёркивают моральную, духовно-психологическую, идейную и социально-политическую ценности гуманизма конфуцианства.

3. По пространству влияния ценность конфуцианства, репрезентируемую в китайских СМИ, можно разделить на две категории: 1) ценность конфуцианства внутри Китая и 2) ценность конфуцианства в мировом масштабе.

Актуализация конкретных ценностей конфуцианства в китайских СМИ обусловлена объективным спросом общества на формирование и отражение духовного наследия Конфуция. Во-первых, конфуцианство берёт за основу «человеколюбие», подчёркивает силу духа гуманистической заботы о человеке, что соответствует потребности и условиям развития современного цифрового общества. Следует отметить, что «человек», изучаемый в конфуцианстве, не показан как изолированный, индивидуализированный и одинокий, это представитель группы или социальный индивид.

Китайские СМИ стараются направлять рациональное личностное поведение, гармоничные межличностные отношения и моральные принципы социальной группы в современном обществе с помощью основных конфуцианских идей, таких как «человеколюбие». Например, в статьях в интернет-версии «Жэньминь Жибао» (ЖЖ): «Уделить внимание человеколюбию и осуществлять гуманное правление»¹ (ЖЖ, 22 мая 2020 г.); «Гармоничное совместное использование, человеколюбие и мир»² (ЖЖ, 21 авг. 2019 г.);

¹ Сюй Юйли. Уделить внимание человеколюбию и осуществлять гуманное правление. Люй Чжи и самая ценная для него работа. – URL: <http://theory.people.com.cn/n1/2020/0522/c40531-31718913.html> (дата обращения: 06.09.2021). – Текст: электронный.

² Ли Юаньчжэн, Лю Цзянь. Гармоничное совместное использование, человеколюбие и мир. Люй Чжи и

«Укрепление духа человеколюбия, принятие народа в центре внимания»³ (ЖЖ, 5 марта 2020 г.) представлена интерпретация конфуцианской идеи «Человеколюбие», отмечено значение данной концепции в личной, социальной и политической жизни, присутствует призыв современного общества – обращаться к нему.

«Гармония» – важнейшее понятие и высшая ценность для конфуцианской культуры и менталитета. «Человек, Небо, земля, окружающие – одно целое» (天人合一) – это и есть конфуцианское мировоззрение. «Гармония» предлагает сбалансированное развитие внутреннего и внешнего развития человека: гармоничное существование человека с окружающим миром, гармоничное существование человечества с природой, гармоничное существование различных культур, гармоничное развитие Китая с миром.

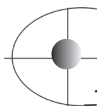
Анализируемое издание уделяет внимание экологическому аспекту конфуцианства, выступает за гармоничное сосуществование человека с природой, не принимает загрязнения окружающей среды и популяризирует новый политический курс «Уход от этапа быстрого роста к периоду высококачественного развития». Интернет-версия «Жэньминь Жибао» в своих материалах знакомит аудиторию с экологической проблемой внутри страны и во всём мире, пропагандирует идею продвижения новой экологической политики, подчёркивает историческое бережное отношение китайской традиционной культуры к природе, окружающей среде с надеждой получения общего отклика. Так, в материалах «Практический путь к гармоничному симбиозу между Человеком и природой»⁴ (ЖЖ, 3 сент. 2021 г.); «Гармоничный симбиоз человека и природы»⁵ (ЖЖ, 12 сент. 2021 г.) на конкретных примерах аудитории внушается мысль о том, что в процессе развития гармония человека

самая ценная для него работа. – URL: <http://hm.people.com.cn/n1/2019/0821/c42272-31309252.html> (дата обращения: 26.08.2021). – Текст: электронный.

³ Ван Хунюй, Ян Ян. Укрепление духа человеколюбия, принятие народа в центре внимания. – URL: <http://qh.people.com.cn/n2/2020/0305/c182757-33851381.html> (дата обращения: 21.08.2021). – Текст: электронный.

⁴ Цзян Юйцзы. Практический путь к гармоничному симбиозу между человеком и природой. – URL: <http://theory.people.com.cn/n1/2021/0903/c40531-32216339.html> (дата обращения: 15.09.2021). – Текст: электронный.

⁵ Сан Лиюань, Чжао Фан. Гармоничный симбиоз человека и природы. – URL: <http://sx.people.com.cn/n2/2021/0912/c189130-34910018.html> (дата обращения: 15.09.2021). – Текст: электронный.



с природой должна сочетаться с чувством ответственности за историю, народ и мир.

Во-вторых, китайские СМИ в основном подчёркивают моральную, духовно-психологическую, идейную и социально-политическую ценность гуманизма конфуцианства. В современном Китае обостряются проявления культа материального богатства, стремления к лёгкому успеху, теряются такие нравственные качества личности, как стремление к внутреннему самосовершенствованию, вежливость, добродушие к окружающим, уважение к старшим, доминирует эгоцентризм личности. Всё это приводит к развалу системы моральных принципов и ценностных ориентаций общества. Современный анонимный, открытый виртуальный сетевой мир, наполненный «цифровыми» и «электронными людьми», ещё в большей степени приводит к моральной деградации, создаёт иллюзию и пустоту межличностных отношений, вызывая духовный кризис всего общества.

В надежде на удовлетворение потребностей духовной жизни личности и разрешение духовного кризиса общества, улучшение морального облика народа и создание гармоничных отношений в обществе китайские СМИ актуализируют ценности гуманизма конфуцианского учения и призывают воспитывать в человеке высокие нравственные качества, в том числе «любовь к людям/гуманность (仁)», «справедливость (义)», «соблюдение ритуалов/верность обычаям (礼)», «благоразумие (智)», «искренность/добросовестность (信)» и стремление быть современным «благородным мужем» (君子). Многочисленные материалы в интернет-версии «Жэньминь Жибао», например, «Первый секретарь Лю Рэнли: культивирование морали доброжелательности, укрепление основ этикета»¹, «Поддерживание воспитания к человеколюбию, развитие нового стиля цивилизации»², «Интерпретация конфуцианской морали»³ конфуцианскими

¹ Пан Гуанхуа, Е Бин. Первый секретарь Лю Рэнли: культивирование морали доброжелательности, укрепление основ этикета. – URL: <http://gx.people.com.cn/n2/2021/04/09/c390645-34667862.html> (дата обращения: 02.09.2021). – Текст: электронный.

² У Фэн, Чэнь Канцин. Поддерживание воспитания к человеколюбию, развитие нового стиля цивилизации. – URL: <http://gz.people.com.cn/n2/2021/01/29/c389359-34554428.html> (дата обращения: 26.08.2021). – Текст: электронный.

³ Ма Цзяньхун. Интерпретация конфуцианской морали. – URL: <http://culture.people.com.cn/n1/2020/12/12/c1013-31964110.html> (дата обращения: 26.08.2021). – Текст: электронный.

интерпретациями и положительными примерами вдохновляют аудиторию быть человеком с высокими морально-нравственными качествами.

На внутреннем политическом уровне идеи и концепции конфуцианства также предлагают неисчерпаемые ресурсы, опыт создания прочной и стабильной системы партийно-государственного управления. В течение двух тысяч лет на основе конфуцианской идеологии, выступающей за личную ответственность в коллективе, порядок и гармонию, образовалась зрелая социально-политическая структура китайского общества⁴ (ЖЖ, 25 дек. 2020 г.).

В настоящее время к столетию основания Нового Китая перед страной стоит цель построения богатого, могущественного, демократического, цивилизованного, гармоничного, модернизированного социалистического государства. Общие культурные корни способствуют единению и сплочению китайского народа, что необходимо для достижения социального успеха и осуществления «Великой мечты возрождения китайской нации», которая стала главной миссией китайского народа с 1840 г., когда на территорию страны вторглась Великобритания. Данная мечта не может осуществиться и быть воплощённой на иной культурной и идейной базе.

Именно поэтому китайские СМИ, актуализируя современные ценности гуманизма конфуцианства, в своих материалах особенно подчёркивают значение коллективной ответственности и чувства патриотизма. Например, в статье «Воспитание личности с помощью культуры и формирование новых стандартов кадров» автор отмечает, что «ответственность – одна из основных идей конфуцианской доктрины. Дух ответственности вдохновил поколения китайцев защитить родину. Вступая в новую эпоху, перед лицом новой ситуации членам партии и кадрам ещё более необходимо развить чувство ответственности, практиковать свои навыки ответственного отношения и перед лицом трудностей, противоречий и кризисов осмелиться и взять на себя ответственность...»⁵ (ЖЖ, 31 мая 2021 г.).

⁴ Ван Сюэдянь. Черпать жизненную силу конфуцианства. – URL: <http://theory.people.com.cn/n1/2020/12/25/c40531-31978829.html> (дата обращения: 21.08.2021). – Текст: электронный.

⁵ Лю Сюйчунь. Воспитание личности с помощью культуры и формирование новых стандартов ка-

«За подъём или падение (за судьбы) государства ответственность лежит на каждом простолюдине» (天下兴亡匹夫有责) – так гласит конфуцианство. Здесь подчёркивается ответственность каждого гражданина за развитие общества, за будущее родины и судьбу всего мира. Ещё одно конфуцианское выражение: «Раз шкуры нет, на чём шерсти держаться?» (皮之不存毛将焉附) – подразумевается, что судьба личности и судьба коллектива, в котором личность существует, неразрывно связаны между собой, и не может существовать одно без другого. Этим высказываем китайские СМИ объясняют простую логику: «Без прекрасной родины как можешь быть счастливым “ты”?; Без процветающего мира как может быть стабильной отдельная страна?»

Особенно во время коронавирусной эпидемии Китай, как никогда ранее, нуждался в идейной поддержке конфуцианства. Интернет-версия «Жэньминь Жибао» большим числом материалов подчёркивала чувство необходимости конфуцианской культуры, призывала граждан быть ответственным перед собой, перед обществом и миром. Так, в опубликованном письме врача, в котором обращаются к детям с просьбой быть ответственными в чрезвычайном положении, связанном с распространением коронавирусной инфекции, говорится: «Дети! Жизнь на самом деле и есть процесс нравственного совершенствования. Упадок и процветание страны зависит от каждого из её граждан...»¹ (ЖЖ, 3 марта 2020 г.).

Кроме того, обращение к ценности гуманизма конфуцианской культуры также легализует конкретные политические курсы современного Китая и способствует разрешению социально-политических противоречий. Многие политические термины и выражения современного Китая, например «Человек как основа основ» (以人为本), «Построение гармоничного общества» (和谐社会), заключают в себе именно конфуцианские идеи. Философ и один из представителей конфуцианства Мэн Цзы, определяя место народа и правителя, отметил: «Люди (народ) – наивысшая ценность, за ними следуют земля

дров. – URL: <http://dangjian.people.com.cn/n1/2021/0531/c117092-32118381.html> (дата обращения: 26.09.2021). – Текст: электронный.

¹ Письмо врача из Дафэн города Яньчэн сыну с целью воодушевления: упадок и процветание страны зависят от каждого из её граждан. – URL: <http://js.people.com.cn/n2/2020/0303/c360303-33846866.html> (дата обращения: 26.09.2021). – Текст: электронный.

и хлеб, а государь замыкает список» (民为贵, 社稷次之, 君为轻). Слова легли в основу политической концепции «Человек (народ) как основа основ» (以人为本).

В настоящее время Китай декларирует цель строительства «социализма с китайской спецификой», сообразуясь с современными реалиями, историческим опытом и культурной традицией Китая. Китайские СМИ подчёркивают преемственность современной политики с конфуцианской культурой, предлагают общую культурную основу для более успешного продвижения конкретной политики. «Жэньминь Жибао» отмечает: «Политические взгляды и марксизм имеют много точек соприкосновения. Марксизм был принят в Китае именно благодаря этому»² (ЖЖ, 18 авг. 2021 г.).

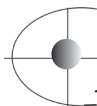
В-третьих, китайские СМИ актуализируют современные ценности гуманизма конфуцианства не только для самого Китая, но и для мирового сообщества.

Предлагаемая концепция «Гармония» опирается на принцип мирного сосуществования, в котором «одно дополняет другое», а не одно заменяется другим. Конфуцианская идея «Гармония как ценность» (和为贵) играет координирующую роль в современных международных отношениях, а также служит ориентиром для модели оптимизации разрешения современной международной конкуренции, эффективно способствует здоровому функционированию и скоординированному развитию современных международных отношений и имеет более высокую ценность для изучения пути устойчивого человеческого развития [15, с. 178].

Китайские СМИ подчёркивают ценности гуманизма конфуцианства в разрешении международных конфликтов, указывают, что в конфуцианской культуре нет колониальных амбиций и корней; китайская культура – не сторонник конфликта, правило «Игра с нулевой суммой» не соответствует идеи конфуцианства; китайская культура выступает за мир и гармонию³ (ЖЖ, 25 нояб. 2020 г.). В статье «Гармония как ценность: агрессивность (стремление к войне) неизбежно при-

² Чэнь Юнь. Культурная логика китаизации марксизма. – URL: <http://dangshi.people.com.cn/n1/2021/0818/c436975-32198026.html> (дата обращения: 02.09.2021). – Текст: электронный.

³ Суй Юэ. Нигерийский студент Вэй Додо: Гармония как ценность – это суть китайской культуры. – URL: <http://world.people.com.cn/n1/2020/1125/c1002-31944429.html> (дата обращения: 26.09.2021). – Текст: электронный.



ведёт к уничтожению»¹ (ЖЖ, 1 мая 2020 г.) отмечается, что даже книга «Военное искусство Суньчзы» против войны. Китайская культура – сторонник гармонии и мира.

Предложенная Китаем в 2012 г. инициатива «Построение человеческого сообщества единой судьбы (人类命运共同体)», в основе которой лежит конфуцианская идея поступательного развития всего мира на основе взаимного уважения и сотрудничества, определяет новую роль данной страны на международной арене. Перед лицом различных негативных высказываний в адрес Китая, например, таких как «китайская угроза», «неоколониализм», издание отвечает: «У китайцев нет генов агрессии и гегемонии. Конфуцианская идея запрещает Китаю колонизировать другие нации, ослаблять другие страны или вмешиваться в дела других стран. Она в первую очередь выступает за гуманность и человеколюбие»² (ЖЖ, 30 июля 2021 г.).

Материалы издания утверждают, что успех Китая основан на стремлении китайского народа к развитию, инновациям и лучшей жизни, а также уважении к глобальным тенденциям развития, сотрудничества и мира. Эту позицию в мире должны уважать, а не искажать и не пренебрегать успехом Китая из-за его отличия от западных политических режимов, чуждых конфуцианским идеям «сохранения гармонии, сохранения различий (和而不同)». Издание призывает мировое сообщество, особенно англосаксонские страны, уважать собственный выбор развития каждой страны, включая политический режим, путь развития, исходя из собственной реальности.

Важно отметить, что китайские СМИ, пропагандируя современные ценности гуманизма конфуцианства, не предлагают заменить стремление европейской и американской культур к доминированию «централизмом» китайской конфуцианской культуры, а обращают внимание на мирное сосуществование всех культур, за что и выступает конфуцианство. «Гармония рождает всё существо, единообразие задушит продолжение

¹ Гармония как ценность: агрессивность (стремление к войне) неизбежно приведёт к уничтожению. – URL: <http://culture.people.com.cn/n1/2020/0501/c1013-31695628.html> (дата обращения: 29.09.2021). – Текст: электронный.

² Хэ Цянь. Африканский учёный: Концепция «Сообщество единой судьбы человечества» уходит корнями в китайскую философскую традицию. – URL: <http://world.people.com.cn/n1/2021/0730/c1002-32175751.html> (дата обращения: 29.09.2021). – Текст: электронный.

(和实生物，同则不继)». Разнообразие культуры является объективной реальностью для человеческого общества, так же как биологическое разнообразие – для природы. «Лишь один вид цветов не создаёт весна. Когда все цветы цветут, весна будет в самом разгаре»³, – пишет «Жэньминь Жибао». Высказывание можно трактовать как подчёркивание равноправного места и необходимости мирного существования всех культур и цивилизаций.

Заключение. Актуализация ценностей гуманизма конфуцианства внутри страны не означает возвращения к прошлому. Только в обновлённом виде ценности смогут сыграть стимулирующую роль в процессе реформы всех сторон жизни китайского общества в современных условиях. Актуализация ценностей гуманизма конфуцианства для всего мира Китая не стремится к замене других культур конфуцианством, а выступает за равное место и взаимное дополнение конфуцианства с разными мировыми культурами и его вклад в решение современных международных проблем.

Формирование основных ценностей личности и общества неразрывно связано с коммуникационной деятельностью и культурной ориентацией, которые презентуются через СМИ. Современные реалии требуют, чтобы средства массовой информации заботились о внутреннем мире человека, рассматривали и культивировали гуманистические ценности.

В информационном поле китайских СМИ презентуются современные ценности гуманизма конфуцианства. Полученные результаты исследования показали, что китайские СМИ выступают в качестве платформы, представления, презентации, интерпретации и актуализации современных ценностей гуманизма конфуцианства; уделяют внимание ценности гуманизма конфуцианства и для индивида, и для коллектива; в большей степени актуализируют ценности гуманистических идей конфуцианства, таких, как «Человеколюбие» и «Гармония»; неизменно подчёркивают моральную, духовно-психологическую, идейную и социально-политическую ценности гуманизма конфуцианства. Актуализация конкретных ценностей конфуцианства в китайских СМИ

³ Чжао Жуй. Только уважение к разнообразию приводит к общему процветанию. – URL: <http://qh.people.com.cn/n2/2020/0423/c182775-33969885.html> (дата обращения: 29.09.2021). – Текст: электронный.

обусловлена объективной необходимостью современной эпохи.

Уровень эффективности актуализации конкретных ценностей конфуцианства в ки-

тайских СМИ не входит в сферу исследовательских задач представленной статьи, и данный вопрос может быть изучен в дальнейших научных работах.

Список литературы

1. Кучукова Ж. М. Социальные трансформации и ценности культуры // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2014. № 3-1. С. 279–281.
2. Сидоров В. А. Медиа сфера как ценностно образующая субстанция // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия «Гуманитарные науки». 2015. Вып. 27, № 18. С. 31–37.
3. Ло Инь. Новый ракурс исследования современной ценности конфуцианства // Справочный журнал по науке и образованию. 2018. № 7. С. 154–155. DOI: 10.3969/j.issn.1674-6813(s).2018.07.133.
4. Лу Ли. Современные ценности традиционной китайской культуры: коннотация, характеристики и структура // Образовательная и культурная платформа. 2015. № 6. С. 17–21.
5. Ма Сян. Конструирование основных ценностей в условиях трансформации новых медиакоммуникаций // Радио и телевидение западного района Китая. 2016. № 5. С. 51. DOI: CNKI:SUN:XBGS.0.2016-05-034.
6. Гуревич П. С., Палеева Н. Н. Философия культуры. М.: Канон+, 2014. 424 с. DOI: 10.7256/1999-2793.2014.6.12263.
7. Агапова В. Н. Культурные ценности и способы их классификации: философско-культурологический аспект // Философия и культура. 2018. № 9. С. 1. DOI: 10.7256/2454-0757.2018.9.27259.
8. Ли Яньжу. Коммуникационные идеи конфуцианства // Эпоха молодёжи. 2016. № 24. С. 21–22.
9. Чэнь Шаолей. Конфликт культурных ценностей и его разрешение. Социолог. 2015. № 3. С. 156–160. DOI: 10.3969/j.issn.1002-3240.2015.03.032.
10. Лян Ини. Исследование влияния новых медиа на ценности студентов высшего учебного заведения // Политические исследования и решения. 2021. № 4. С. 70–71.
11. Чэнь Вэйцзюнь. Культурные ориентации и ценностное формирование в условиях новых медиа // Современная коммуникация. 2013. № 7. С. 19–23. DOI: 10.3969/j.issn.1007-8770.2013.07.004.
12. Го Минь, Бай Ган. Размышления о цифровой культуре и её ценности // Журнал Северо-Восточного педагогического университета. 2019. № 3. С. 194–199. DOI: 10.16164/j.cnki.22-1062/c.2019.03.027.
13. Чжао Цзюньцин. Миссия конфуцианской культуры в эпоху глобализации // Народный форум. 2017. № 7. С. 134–135.
14. Цзинь Синьсинь. Гуманитарные ценности конфуцианства в формировании духовно-нравственных качеств китайских студентов // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2009. № 96. С. 345–349.
15. Сунь Ган. Значение конфуцианской идеи «Находиться в согласии, имея разные взгляды» для международных отношений в эпоху глобализации // Платформа JIANGHUAI. 2006. № 5. С. 178–183. DOI: 10.3969/j.issn.1001-862X.2006.05.034.
16. Переломов Л. С. Конфуцианство и современный стратегический курс КНР. М.: ЛКИ, 2007. 256 с.
17. Распертова С. Ю. Гармоничное общество и гармоничная культура как платформа формирования «китайской мечты» // Международный научно-исследовательский журнал. 2013. № 8-4. С. 63–67.
18. Бао Явэй. Современная интерпретация конфуцианской этической культуры и её значение для ценностной идентичности молодёжи // Китайские молодёжные исследования. 2017. № 1. С. 113–118. DOI: 10.3969/j.issn.1002-9931.2017.01.016.
19. Чжан Юй. Основные характеристики и ценности традиционной китайской культуры // Чицзы. 2018. № 14. С. 55.
20. Кривохиж С. В. «Мягкая сила» и публичная дипломатия в теории и внешнеполитической практике Китая // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. 2012. Вып. 3. С. 103–112.
21. Распертова С. Ю. Концепт «гармоничная культура» в контексте современных культурных стратегий Китая // Вестник Московского государственного лингвистического университета. 2010. Вып. 11, № 590. С. 74–95.

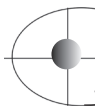
Сведения об авторе

Лай Линчжи, кандидат политических наук, Санкт-Петербургский государственный университет; 199034, Россия, г. Санкт-Петербург, Университетская наб., 7/9; e-mail: 1169478672@qq.com; <https://orcid.org/0000-0003-3180-9286>.

Для цитирования

Лай Линчжи. Презентация современных ценностей гуманизма конфуцианства в медийном пространстве // Гуманитарный вектор. 2022. Т. 17, № 1. С. 86–94. DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-86-94.

Статья поступила в редакцию 22.11.2021; одобрена после рецензирования 26.01.2022; принята к публикации 30.01.2022.



References

1. Kuchukova, Zh. M. Social transformations and cultural values. Actual problems of humanities and natural sciences, no. 3-1, pp. 279–281, 2014. (In Rus.)
2. Sidorov, V. A. The media sphere as a value-forming substance. Scientific bulletin of the Belgorod State University: A series of Humanities, no. 18, pp. 31–37, 2015. (In Rus.)
3. Luo, Yin. A new perspective of the study of the modern value of Confucianism. Reference journal for Science and Education, no. 7, pp. 154–155, 2018. DOI: 10.3969/j. issn.1674-6813(s). 2018.07.133 (In Chin.)
4. Lu Li. Modern values of traditional Chinese culture: connotation, characteristics, and structure. Educational and cultural platform, no. 6, pp. 17–21, 2015. (In Chin.)
5. Ma Xiang. Constructing core values in the context of the transformation of new media communications. Radio and television of the western region of China, no. 5, p. 51, 2016. DOI: CNKI: SUN: XBGS.0. 2016-05-034. (In Chin.)
6. Gurevich, P. S., Paleyeva, N. N.: Philosophy of culture. M: "Canon+", 2014. DOI: 10.7256/1999-2793.2014.6.12263. (In Rus.)
7. Agapova, V. N. Cultural values and ways of their classification: philosophical and cultural aspect. Philosophy and culture, no. 9, pp. 1–5, 2018. DOI: 10.7256/2454-0757.2018.9.27259. (In Rus.)
8. Li, Yanru. Communication ideas of Confucianism. The era of youth, no. 24, pp. 21–22, 2016. (In Chin.)
9. Chen, Shaolei. The conflict of cultural values and its resolution. Sociologist, no. 3, pp. 156–160, 2015. DOI: 10.3969/j. Issn. 1002–3240. 2015. 03. 032. (In Chin.)
10. Liang, Yingyi. Research of the influence of new media on the values of students of higher educational institutions. Policy Research & Exploration, no. 4, pp. 70–71. 24, 2021. (In Chin.)
11. Chen, Weijun. Cultural orientations and the formation of values in the context of new media. Modern Communication, no. 7, pp. 19–23, 2013. DOI: 10.3969/j. issn. 1007–8770. 2013. 07. 004 (In Chin.)
12. Guo, Min, Bai Gang. Reflections on digital culture and the value of digital culture. Journal of the North-Eastern Pedagogical University, no. 3, pp. 194–199, 2019. DOI. 10.16164/j. cnki. 22-1062/c. 2019. 03. 027. (In Chin.)
13. Zhao, Junqing. The mission of Confucian culture in the era of globalization. People's Forum, no. 7, pp. 134–135, 2017. (In Chin.)
14. Jin, Xinxin. Humanitarian values of Confucianism in the formation of spiritual and moral qualities of Chinese students. Izvestia of the A. I. Herzen Russian State Pedagogical University, no. 96, pp. 345–349, 2009. (In Rus.)
15. Sun, Gang. The significance of the Confucian idea of "Being in agreement, having different views" for international relations in the era of globalization. The Jianghuai platform, no. 5, pp. 178–183, 2006. DOI: 10.3969/j.issn.1001-862X.2006.05.034 (In Chin.)
16. Perelomov, L. S. Confucianism and the modern strategic course of the People's Republic of China. Moscow: LKI, 2007. (In Rus.)
17. Raspertova, S. Yu. Harmonious society and harmonious culture as a platform for the formation of the "Chinese dream". International Scientific Research Journal, no. 8-4, pp. 63–67, 2013. (In Rus.)
18. Bao, Yawei. Modern interpretation of Confucian ethical culture and its significance for the value identity of young people. Chinese Youth Studies, no. 1, pp. 113–118, 2017. DOI: 10.3969/j. issn.1002-9931.2017.01.016 (In Chin.)
19. Zhang, Yu. The main characteristics and values of traditional Chinese culture. Chizi, no. 14, p. 55, 2018. DOI:10.3969/j. issn.1671–6035.2018.14.050 (In Chin.)
20. Krivokhizh, S. V. "Soft power" and public diplomacy in the theory and foreign policy practice of China. Bulletin of the St. Petersburg State University, Issue 3, pp. 103–112, 2012. (In Rus.)
21. Raspertova, S. Yu. The concept of "harmonious culture" in the context of modern cultural strategies of China. Herald of the MGLU, no. 590, pp. 74–95, 2010. (In Rus.)

Information about author

Lai Lingzhi, Candidate of Political Science, Saint Petersburg State University; 7/9 Universitetskaya emb., St. Petersburg, 199034, Russia; e-mail: 1169478672@qq.com; <https://orcid.org/0000-0003-3180-9286>.

For citation

Lai Lingzhi. Presentation of Modern Values of Confucianism Humanism in the Media Space // Humanitarian Vector. 2022. Vol. 17, No. 1. PP. 86–94. DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-86-94.

Received: November 22, 2021; approved after reviewing January 26, 2022; accepted for publication January 30, 2022.

Научная статья

УДК 070.1; 304.4

DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-95-105

Аксиология медиаобраза Забайкальского края

Ирина Викторовна Ерофеева¹, Наталья Викторовна Простакишина²¹Забайкальский государственный университет, г. Чита, Россия²Государственная телерадиокомпания «Чита», г. Чита, Россия¹irina-jour@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0001-5653-2792>²prostakishinanv@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-2380-7320>

Моделирование медиаобраза региона – чрезвычайно актуальная проблема информационной эпохи с точки зрения продуктивного функционирования территорий, их социально-экономического и политического статуса. В статье обозначена роль ценностей в структуре медиаобраза, представлен анализ аксиологических составляющих медиаобраза Забайкальского края, рассмотрены его культурно-содержательные особенности. Результаты исследования опираются на данные социологического опроса, проведённого в 2021 г. с участием 911 жителей региона разных возрастов от 16 до 68 лет, а также на итоги анкетирования 48 региональных журналистов разных каналов коммуникации. Внимание уделено концептуальной составляющей медиаобраза региона, особой роли актора мультимедийного контента. Типологический и когнитивный анализы позволили идентифицировать полученный эмпирический материал и представить его в качестве системы культурно-исторических доминант. Лингвокультурологический подход лёг в основу характеристики аксиологии медиаобраза с акцентуацией ценностей традиционной культуры. Аксиология медиаобраза представляет собой трёхуровневую систему, обладающую региональной спецификой, самобытным содержанием и включающую духовно-нравственные, культурно-исторические и природные ценности. Духовно-нравственные приоритеты отражают ментальную картину мира региона и сфокусированы на ценностях труда, добра, милости, искренности и патриотизма, на сохранении семейных устоев, веры в справедливость. Культурно-исторический контекст обогащён народными героями прошлого и современности, традиционными праздниками, поверьями и обычаями. Пандемия коронавируса способствовала обращению внимания акторов информационных потоков на природные богатства Забайкалья. В процессе исследования выявлена корреляция между аксиологическим инструментарием конструирования медиаобраза края и уровнем воздействия медиадискурса на потребителя, между духовно-нравственной картиной мира автора и востребованностью медиапродукта аудиторией. Обосновывается необходимость корректировки работы региональных журналистов с фактурой, имманентно моделирующей медиаобраз края. Авторы делают вывод, что, с одной стороны, продуктивный медиаобраз конструируется с помощью характерных для территории ценностей и идеалов, с другой стороны, культурно-историческое пространство региона является инструментом необходимой идентификации человека с местом проживания, связующей нитью между поколениями и жителями края.

Ключевые слова: аксиология, медиаобраз региона, Забайкальский край, культурно-исторические ценности, идеалы, медиадискурс, журналистика

Original article

Axiology of Transbaikal Territory Media Image

Irina V. Erofeeva¹, Natalya V. Prostakishina²¹Transbaikal State University, Chita, Russia; ²State Television and Radio Broadcasting Company-Chita – a branch of the All-Russian State Television and Radio Broadcasting Company, Chita, Russia¹irina-jour@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0001-5653-2792>²prostakishinanv@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-2380-7320>

Region's media image modelling is a very topical problem of the information age from the view of productive functioning of territories, their socio-economic and political status. The article presents the role of values in the media image structure, analyzes axiological components of the Transbaikal Territory media image, and shows its cultural and content characteristics. Research findings are based on some data from a sociological survey carried out in 2021, where 911 residents of the region of different ages (20 to 68) took part, as well as the results of a survey of 48 regional journalists from different communication channels. The attention is paid to the conceptual component of the Region Media Image, as well as to the special role of the actor of multimedia content.

© Ерофеева И. В., Простакишина Н. В., 2022





Typological and cognitive analyses allowed us to identify the empirical material and present it as a system of cultural and historical dominant ideas. Major characteristics of media image axiology are based on linguocultural approach, emphasizing the values of traditional culture. Media image axiology presents a triple-stage system with its regional specific features, distinct content including spiritual and moral, cultural and historical, and natural values. Spiritual and moral priorities reflect region's mental view of the world and focus on the values of labour, kindness, grace, sincerity and patriotism, preservation of family values, faith in justice. Cultural and historical context is enriched by the folk heroes of the past and present, traditions, beliefs and customs. Coronavirus pandemic made actors of information flows focus on natural resources of Transbaikalia. During the study, we revealed a correlation between the axiological instrumentation of designing the media image of the region and the level of influence of the media discourse on the consumer, between the spiritual and moral picture of the author's view of the world and the demand for media products by the audience. We justify the need to adjust the work of regional journalists with a texture inherent in modelling the media image of the region. The authors make a conclusion that, on the one hand, a productive media image is designed using values and ideals characteristic of the territory, on the other hand, the cultural and historical space of the region is a tool for necessary identification with a place of residence, a link between generations and residents of the region.

Keywords: axiology, media image of the region, Transbaikal Territory, cultural and historical values, ideals, media discourse, journalism

Введение. Современный человек, несмотря на интенсивное развитие информационных технологий, как и ранее, предпочитает жить в понятном гармоничном обществе, в котором существуют устоявшиеся во времени и пространстве ценности, признаётся идеальное и желаемое как отражение руководящих принципов бытия. В данном социуме отображение в массмедиа объективной картины мира осуществляется на основе принятых гражданами универсальных ценностей. Окружающий мир всегда относителен конфигураторам и конструктам свёрстки-развёрстки информации в картине мира автора и потребителя медиадискурса. Видение и отражение мира, в первую очередь, имеет аксиологическую природу.

Ценности и идеалы общества определяют основные цели и смысл существования как отдельных индивидуумов, так и социума в целом. В информационном обществе доминирующие потребности, идеи, смыслы и концепты человека формируются под воздействием системы норм и правил, которые масштабно транслируют массмедиа. В адекватных социально-политических условиях медиадискурс сосредотачивает, хранит и воспроизводит культурные ценности определённого социума, он аккумулирует национальную память. В эпоху рынка и неизбежной конкуренции, а также геополитических гибридных войн ценности и идеалы трансформируются в угоду производителя контента. Учёные обращают внимание на «кентавр-проблему» современного сознания, что отражает сочетание несочетаемого. Рыночные эксперименты провоцируют возникновение человека амбивалентной направленности, он способен придерживаться

взаимоисключающих суждений и ценностей, исповедовать противоположные установки [1]. Соответственно трансформируется и информационное пространство, медиа способны «подрывать биологические, социальные и культурные различия» [2].

Меняется ценностный потенциал медиаобраза как совокупности эмоциональных и рациональных представлений аудитории о мире, формируемых благодаря полученной из СМИ информации. Несомненно, медиаобраз соткан из фактов реального мира, но задействованные в процессе конструирования медиатекста ценностный угол подачи, уровень интерпретации и понимания мира автором подчёркивают его виртуальную сущность. СМИ одновременно являются зеркалом системы ценностей современного общества и субъектом, непосредственно формирующим и корректирующим аксиологическую картину мира аудитории.

Особенно значимым для гражданина социума выступает медиаобраз территории проживания. Этой теме посвящены многочисленные исследования отечественных и зарубежных учёных [3–5]. Концептуальная составляющая медиаобраза, как система ключевых смыслов о важных категориях жизни в регионе, запускает основополагающий для человека механизм социальной идентификации [6, с. 9], необходимое чувство принадлежности к географии проживания, выраженное, в том числе, в ценностном отношении. Осознание идентичности позволяет оценить собственную принадлежность и пробуждает самость индивида за счёт тесной связи с другими в конкретном пространстве и времени. По мнению ряда учёных, именно интеграция является значимой

моделью, лежащей в основе коллективных действий и идентичности [2; 7], она предполагает целевой ориентир на общественное благо [7]. Сложный процесс идентификации с историко-культурным пространством включает согласование мыслей и действий человека с функционированием социальной системы, в результате гармония и равновесие обеспечиваются интеграцией смыслов, взглядов и ценностей. Непосредственный опыт человека встраивается в конечный контекст – цель и моральное значение жизни, появляется возможность целенаправленного слаженного действия [2; 7].

С точки зрения Е. Г. Малышевой и Н. А. Гриднева, медиаобраз – репрезентированный в медиатекстах эпизод медиaproстранства; относительно устойчивая, непрерывно развивающаяся виртуальная модель того или иного объекта/явления действительности, конструируемая СМИ, которая как отражает, так и рейфреймирует или формирует знания и представления адресата [10, с. 136]. По мнению Л. В. Хочунской, медиаобраз есть закодированное в медийном тексте ценностное представление автора о медиаобъекте, имеющее диалогический (полилогический) характер и вызывающее адресата на ценностную реакцию [11, с. 93].

Понятие «ценность» достаточно хорошо представлено в междисциплинарном научном дискурсе: социальная философия, этика, социальная психология. В течение нескольких столетий ценности воспринимали как переформулированные понятия истины [12]. В христианском мировоззрении ценность определялась как абсолютное благо, которое имеет значимость в любом смысле и для любого субъекта [13, с. 221]. Психология формулирует сущность ценности из биопсихологической природы человека, они фокусируются субъективно в чувствах, опыте, желаниях и потребностях человека.

Н. Бердяев отмечает, что сам человек представляет абсолютную ценность, точно так же, как значимо и ценностно его творчество [14]. Потребность в ценностях многие учёные относят к неотъемлемой составляющей прогресса. Ценность есть результат понимания человека, выводимого из умозаключений о должном [15]. Д. Юм утверждал, что «ценности есть результат саморазвития субъекта, проявляющийся в его отношении к объекту, но не тождественный ему» [12]. Существуют общепризнанные социумом цен-

ности и добродетели. В сфере нравственного постоянная ценность «проистекает главным образом из того уважения, которое естественное чувство благожелательности обязывает нас оказывать интересам человечества и общества» [Там же, с. 678]. Возможность обладания ценностями не даёт человеку потерять связь с реальными процессами социальной организации, гарантирует сохранность идентичности.

Не случайно Г. П. Выжлецов писал, что «ценности позволяют увидеть культуру народа и общества изнутри, из глубин социальной и индивидуальной жизни» [16, с. 65]. Духовные ценности определяют структуры и функции социальных организмов, воплощают исторический опыт и, будучи своеобразными духовными ориентирами, концентрированно выражают смысл культуры того или иного социума. По утверждению Н. И. Лапина, духовные ценности есть «обобщённые представления людей относительно целей и норм своего поведения и в целом существования» [17, с. 3].

Типология ценностей многолика, учёные в изучении вопроса используют разные подходы и отношения к сути категории «ценность», учитывают предметное содержание (духовные, политические, социальные и др.), формы её проявления и роль в жизнедеятельности индивидуума, субъекта оценки, отношения к целям и т. д. Так, Н. О. Лосский определяет ценность как отношение субъекта к Абсолюту и разделяет ценности на положительные (добро) и отрицательные (зло) [18]. Ценности могут быть абсолютными или относительными, объективными или субъективными [19, с. 40]. Л. В. Баева в определении ценности использует принцип экзистенциальной философии. С точки зрения автора, ценности – выражение «внутренней свободы личности и возможности субъективации внешнего бытия» [20, с. 8]. Исследователь выделяет антропологические, религиозные, этические ценности и др. И. М. Дуранов обращает внимание на социокультурные основы гражданско-патриотического воспитания молодёжи и к традиционным духовно-нравственным ценностям, которые не нуждаются в рациональном обосновании и доказательстве, относит любовь к отечеству, почитание отца и матери, могил и памятников предков, добро, справедливость, свободу, милосердие, мир, честь, верность, долг и др. [21].



Каждой эпохе, с её политической, социальной и экономической ситуацией, присуща определённая система ценностных ориентиров. На изменение аксиологических трендов влияют нестандартные ситуации и переломные моменты, катаклизмы природного, социального или политического характера. Так, после распада Советского Союза в 1996 г. извечное коллективистское сознание российского менталитета искусственно заменялось на идеи индивидуализма как принципа верховенства прав личности, а также независимости от общества и государства. Ценности эгоизма массово транслировались в получившей популярность таблоидной журналистике. В своё время известный русский мыслитель И. А. Ильин писал, что «большинство людей жаждет не духа, а наслаждений, трепещет от земных, чувственных сладострастий всех родов и видов, пресыщаясь ими и хладея ко всему иному» [22, с. 343–344]. В инфополе конца XX в. появились новые герои времени – успешные богатые люди, криминальные личности. Л. Семилет замечает, что данные тренды продиктованы понижением культурного уровня, приземлением и опошлением идеала совершенной личности [23].

В современной России в приоритете духовно-нравственный потенциал человека [24], государственная стратегия национальной безопасности РФ в сфере духовной жизни, политика государства направлена на собирание территории воедино. В «Стратегии национальной безопасности Российской Федерации», утверждённой указом Президента РФ от 31 декабря 2015 г. № 683¹, акцентируется внимание на необходимости возрождения традиционных духовно-нравственных ценностей для консолидации гражданского общества и формирования фундамента государственности. В Стратегии развития воспитания в РФ на период до 2025 г.² отмечено, что стратегически важно опираться на систему духовно-нравственных ценностей, сложившихся в процессе культурно-исторического становления России. Духовно-нравственное воспитание осуществляется через развитие патриотизма,

¹ Указ Президента Российской Федерации от 31 декабря 2015 г. № 683. – URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/40391> (дата обращения: 05.12.2021). – Текст: электронный.

² Об утверждении стратегии развития воспитания в РФ на период до 2025 года. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/420277810> (дата обращения: 20.12.2021). – Текст: электронный.

чести, долга, справедливости, милосердия и дружелюбия, способности к сознательному выбору добра.

Учитывая тот факт, что СМИ есть важная часть духовного производства, а медиадискурс является эффективным транслятором традиционных и новых социально-культурных ценностей, перед нами стоит насущная проблема формулирования возможных моделей работы с традиционной аксиологией России.

Цель нашего исследования – выявить содержательные и типологические характеристики ценностной сферы медиаобраза территории, дать характеристику аксиологии медиаобраза Забайкальского края с учётом историко-культурной специфики региона и национальной/когнитивной картины мира автора и потребителя медиадискурса.

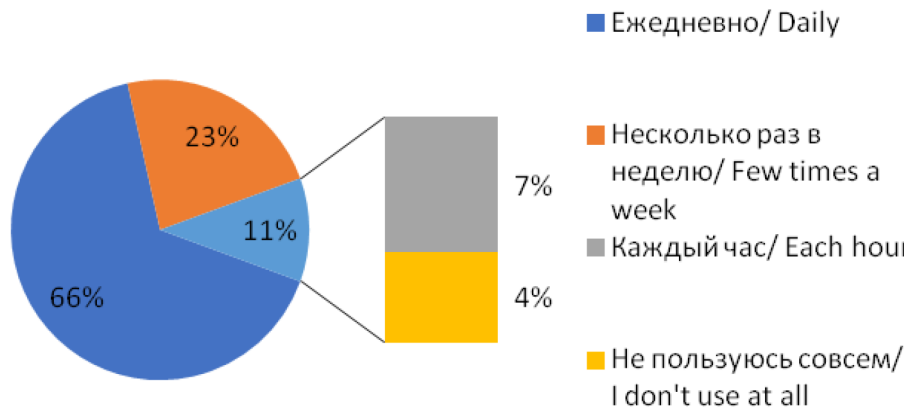
Методология и методы исследования. Результаты исследования опираются на данные онлайн-анкетирования, проведённого в мае–ноябре 2021 г. В опросе приняли участие 911 человек в возрасте от 16 до 68 лет и старше. Также в процессе работы над темой исследования состоялся опрос 48 журналистов региональных СМИ разных каналов коммуникации (телевидение, радио, печать, интернет).

Авторы придерживаются социокультурного подхода в оценке массмедиа [25], акцентируют внимание на интегративном потенциале журналистики, который проявляет себя в трансляции ценностей и смыслов, способствующих национальной идентификации. Лингвокультурологический подход, утверждающий единство культуры и языка в процессе репрезентации представлений о мире, также является основополагающим в проведении исследования. Характеристика аксиологии медиаобраза осуществляется в парадигме ценностей традиционной культуры. Задействованный типологический анализ позволил идентифицировать полученный эмпирический материал и представить его в качестве системы культурно-исторических доминант с учётом содержательно-аксиологических переменных. Когнитивный анализ ориентирован на выявление соотношения реальной действительности и её когнитивной/смысловой медиапрезентации.

Результаты исследования и их обсуждение. Согласно результатам нашего социологического исследования, 86,8 % респондентов всю жизнь прожили на тер-

ритории Забайкалья. Подавляющее число опрошенных (94,5 %) интересуют вопросы развития региона; 90,8 % забайкальцев получают информацию о происходящем в крае преимущественно с мультимедийных интернет-порталов; 59,4 % используют те-

левидение; 21,8 % – радио. Значительно реже (всего 16,8 %) люди обращаются к газетам и журналам, в том числе, к их аналогам в соцсетях; 66 % респондентов черпают информацию из СМИ ежедневно, что отражено на рисунке.



Как часто пользуетесь СМИ?

How often do you use the media?

В вопросе с несколькими вариантами ответов о причинах обращения к СМИ 84,2 % опрошенных ответили, что хотят быть в курсе событий; 33 % идут в СМИ за знаниями и только 17,4 % – чтобы «убить время».

Доминирующий медиадискурс края посредством смысловых нюансов дешифровки фактов и событий является ретранслятором ценностей, интуитивно или сознательно авторы медиатекста формируют медиаобраз региона, очерчивают ценностный фундамент происходящего и идеалы общества. В информационную эпоху СМИ определяют генеральные смыслы и вдохновляющие на поступки цели существования социума.

Тем не менее, проведённое нами в 2021 г. анкетирование 48 журналистов разных региональных СМИ Забайкальского края показало равнодушие к данной постановке вопроса, несмотря на то, что подавляющее количество журналистов беспокоят проблемы своего региона. 46,8 % респондентов не согласны с утверждением, что СМИ формируют реальность, отличную от действительности. Одновременно 36,2 % авторов согласились с тем, что дают свою оценку освещаемым фактам и событиям; 38,3 % делают это иногда.

74,5 % корреспондентов считают, что объективность отражения реальной действительности зависит от политики средства массовой информации либо от формы

собственности СМИ. При этом почти половина респондентов признались, что редко, но приукрашивают или резко негативно интерпретируют события и факты, с которыми работают. 42,9 % участников опроса делают это для рейтинга или для того, чтобы повлиять на мнение аудитории.

Одновременно, согласно опросу потребителей медиаконтента, 33,1 % людей заметили, что желательнее не так активно освещать негативные события в регионе; 55,1 % потребителей на положительные новости о Забайкальском крае реагируют по принципу «хоть что-то хорошее происходит»; 35,7 % испытывают радость. Желательное процентное соотношение позитивных и негативных сообщений в СМИ 49,4 % респондентов определили как 50×50; 44,7 % отвечающих за преобладание позитивного контента – 70×30. Факторы интереса с точки зрения тематического поля массмедиа распределились следующим образом: общественные проблемы (64,6 %), политика и экономика (60 %), интересные люди (48,4 %), культура и спорт (44,9 %), туризм и путешествия (39,3 %). Тему криминала выбрали всего 17,1 %.

В последнее время Забайкальский край сталкивается с большим оттоком населения в другие регионы России¹. В рамках нашего

¹ Отток населения из Забайкалья в 2021 г. вырос в 2,5 раза по сравнению с 2020 г. – Текст: электронный // Чита.ру. – 2021. – 21 сент. – URL: <https://www.chita.ru/news/165833/> (дата обращения: 20.12.2021).



исследования больше половины опрошенных (55,6 %) иногда думают над тем, чтобы переехать в другой регион; 22,9 % участников анкетирования планируют переехать в ближайшее время. На вопрос «Какой Вы видите ситуацию в Забайкальском крае через 10 лет?» 36,9 % людей ответили, что всё останется на прежнем уровне, 28,7 % – что «будет только хуже». Естественно, в процессах миграции населения решающую роль играет политика власти, но не стоит недооценивать значение профессиональной деятельности журналистов, способных объективно видеть и разнопланово интерпретировать реальность, а также создавать адекватный медиаобраз региона с постулированием исконных ценностей.

Ценности Забайкальского края.

Опираясь на известную структуру ценностей, мы обозначили компоненты аксиологии медиаобраза территории и их основные задачи: 1) *мотив* включает побуждение, направленность устойчивых активных действий; как «опредмеченная потребность» он проистекает из ментальной/ценностной картины мира региона; 2) *цель* предполагает ожидаемый результат ретрансляции образа территории ресурсами медиа; 3) *средство* аккумулирует ценностный инструментарий взаимодействия автора медиадискурса с аудиторией.

Аксиология медиаобраза Забайкальского края обусловлена спецификой региона. Забайкальский край – масштабная территория на юге Азиатской части Российской Федерации, растянувшаяся почти на 1 000 км с севера на юг и в таком же измерении с запада на восток, вплоть до границы с Монголией и Китаем. В Забайкалье находится мировой водораздел бассейнов рек Тихого и Северного Ледовитого океанов. Регион с богатейшей многообразной природой. На территории насчитывается 15 тысяч озёр, размещены таёжные и лиственничные леса, обильные ягодные кустарники, степь, каменистая тундра, горы и потухшие вулканы. Минерально-сырьевая база представлена разнообразными видами полезных ископаемых (железная руда, медь, уголь, уран, золото, серебро и др.).

Забайкалье – индустриально-аграрный регион, тем не менее специалисты отмечают его слабое экономическое развитие¹. На

¹ Забайкальский край: разочарования и надежды. – Текст: электронный // Eastrussia.ru. – 2019. – 2 апр. – URL: [https://www.eastrussia.ru/material/zabaykalskiy-](https://www.eastrussia.ru/material/zabaykalskiy-kray-razocharovaniya-i-nadezhdy)

территории активно ведутся археологические исследования, древнейшие памятники культуры относятся к ранней поре позднего палеолита². В Забайкальском крае проживают представители более 100 национальностей: русские, буряты, эвенки (тунгусы), украинцы, татары, армяне, азербайджанцы, киргизы, белорусы, узбеки и др. Русские в структуре населения региона составляют 89,9 %, буряты – 6,8 %³. Однако проживающие в Забайкалье этносы тесно сосуществуют в течение многих веков и настолько переплелись (межэтнические браки – не редкость), что самобытные ценности стали общими, а традиции и обряды – частью одного единого календаря. Освоение земли за Байкалом началось в XVII в. казаками-первопроходцами, которые двигались на Восток «встречь солнцу». За 400 лет порой противоречивых историко-политических событий почувствовали себя настоящими забайкальцами разные этносы и народы, появились большие диаспоры «семейских старообрядцев», «железнодорожников», «потомков каторжан», «рудознатцев» и др.

Соответственно аксиология медиадискурса Забайкалья выстроена на многоуровневых ценностях, значимых для жизни края, и включает: *Духовно-нравственные, Культурно-исторические, Природные ценности*. Аксиологическое измерение фактов в данных плоскостях создаёт коммуникацию Со-Бытия человека, его сопричастности к культурному коду региона.

Нравственность как барометр социального иммунитета региона. *Духовно-нравственные ценности* раскрывают должное и желаемое, отражают внутреннюю сущность человека, душевный вектор его стремлений, мыслей и поступков. Так, тяга и склонность к единению в целях противо-

kraj-razocharovaniya-i-nadezhdy (дата обращения: 05.12.2021); Слабое экономическое развитие Забайкальского края и золотодобыча. – Текст: электронный // eRUDA.ru. – 2019. – 10 апр. – URL: http://www.eruda.ru/news/8221_medlennoe_razvitie_zabaykalskogo_kraya.htm (дата обращения: 05.12.2021).

² Мамонты в Забайкалье. – URL: http://chitacom.ru/news/mamonty_v_zabajkale/2015-04-05-180 (дата обращения: 20.12.2021). – Текст: электронный; Забайкалье позднеюрского периода. – Текст: электронный // chita.ru. – 2010. – 8 сент. – URL: <https://www.chita.ru/articles/24598/> (дата обращения: 20.12.2021).

³ В Забайкалье проживают представители 120 национальностей. – Текст: электронный // Zabinfo.ru. – 2011. – 1 янв. – URL: <http://zabinfo.ru/82578/>; Народы Забайкалья. – URL: <https://posibiru.ru/narody-zabajkalya/> (дата обращения: 20.12.2021). – Текст: электронный.

стояния врагу известны со времён освоения забайкальских земель казаками-первопроходцами. Дух соборности был свойственен старообрядцам и кочевникам, стекавшим целыми семьями на суровую обетованную землю; членам «каторжной республике декабристов», которые прибыли в ссылку в Читинский острог в 1827 г. Забайкалье издревле собирало общности, поэтому массовая аудитория, как носитель социокода, запрашивает у массмедиа ценности, уходящие корнями в традиционную культуру.

Духовно-нравственные ценности, адекватно встроенные в медиадискурс, являются наиболее энергетически ёмкими, так как пробуждают культурную память социума. С другой стороны, работа с ценностным инструментарием в оценке фактов и событий – одна из самых сложных в практике журналиста. И проблема даже не столько в технологической подготовке и профессиональной компетентности автора, сколько в его духовно-нравственном потенциале и культурно-образовательной состоятельности: умеет ли он выбрать действительно важный информационный повод, способен видеть суть факта, его первопричины и последствия, есть у него языковая и ментальная возможность сформулировать смыслы события? Чем выше уровень нравственной культуры журналиста, тем искреннее его диалог с аудиторией, тем более влиятельными становятся его опубликованные материалы.

Согласно проведённому анкетированию запрос у аудитории на духовно-нравственную составляющую медиадискурса есть. Среди перечня преимуществ Забайкальского края 33,9 % респондентов назвали особенности менталитета местных жителей, который проявляется в чувстве патриотизма, чести, совести, сохранении семейных ценностей, вере в справедливость. Коррелят духовности хорошо прослеживается в ответе на вопрос «Каким образом вы участвуете в развитии Забайкальского края?»: 75,3 % людей ответили, что честно и ответственно подходят к своим трудовым обязанностям; 14,8 % опрошенных занимаются добровольчеством и волонтерством, 26,1 % – воспитывают патриота Забайкальского края.

Большая доля населения региона – сельские жители. В 229 населённых пунктах Забайкалья отсутствует мобильная связь, единственными источниками информации для них остаются телевидение и газеты.

Люди продолжают жить традициями, переходящими от поколения к поколению. Именно в сельской местности журналисты края находят интересных героев, поражающих своей самобытностью. В региональном медиадискурсе ценностный контекст встраивается в информационные и художественно-публицистические материалы, например, о священнике отдалённого Иоанно-Предтеченского монастыря¹; владельце частного подворья, пытающегося развивать село в Нерчинском районе²; или о живущем в суровых условиях севера края тренере-преподавателе, любящем своё дело и воспитанников³. В телевизионном медиатексте разворачиваются истории людей, в жизни которых особое место отведено человеколюбию, великодушию, нравственной чистоте, любви, честности, искренности.

80 % опрошенных при выборе средств массовой информации отдают предпочтение достоверности. Тем не менее, полнота достоверности прямо пропорциональна информационной политике издания, информационной повестке дня, типу собственности и позиции учредителя. Больше половины респондентов онлайн-анкетирования (53 %) отмечают, что в медиадискурсе региона не хватает рубрик для детей и молодёжи. 42,2 % людей не удовлетворены достаточностью материалов о туризме и путешествии; 33,3 % запрашивают публикации об экологии; 22,3 % – о культуре. 42,5 % обращают внимание, что слабо представлена жизнь села и проблемы сельского хозяйства.

Люди труда – редкая тема регионального контента. Если в советской журналистике края выходили отдельные передачи и репортажи с заводов, то в настоящее время в медиадискурсе этого катастрофически не хватает. Труд как насущная ценность уступает проблемам бизнеса и безработицы, проигрывает в объёме репрезентации негативным событиям и торжественным мероприятиям. Погоня за оперативностью и рейтингом провоцирует ситуацию, когда в приоритете оказываются материалы пиаристики, репортажи с очередного совещания, новости о чрезвычайном происшествии.

¹ Забайкальский Афон: в Красночикойском районе продолжается восстановление Иоанно-Предтеченского монастыря // ГТРК «Чита». – 2021. – 26 сент.

² Турпотенциал Нерчинского района: житель Саватеево мечтает построить гостевой дом и привлечь туда туристов // ГТРК «Чита». – 2021. – 5 июля.

³ Программа «#НеПровинция в Каларском округе» // ГТРК «Чита». – 2022. – 5 февр.



Между тем, больше половины респондентов (51,3 %) отмечают, что значительная часть проблем замалчивается региональными журналистами.

Культура как память человека о самом себе. Важное преимущество Забайкальского края – *культурно-исторические ценности*. Так считает 35,1 % участников онлайн-анкетирования. Духовный инвентарь культурно-исторических ценностей возможно сфокусировать на артефактах, достопримечательностях региона, ярких и известных личностях, традиционных праздниках, поверьях и обычаях, национальной кухне. Данный компонент аксиологии края отражает мировоззренческий и практический потенциал региональной идентичности, способствует сплочённости жителей.

Следует признать, что пандемия коронавируса и растущая обеспокоенность государства о сохранении культурного колорита и исторического наследия заставили обратить внимание журналистов и аудитории на историко-культурный аспект территории Забайкалья. Данная тема стала крайне популярна в регионе. Мы уже отмечали, что человек в настоящее время воспринимается как высшая ценность и главное богатство общества, при этом особенно значима личность, уникальная деятельность которой повлияла на развитие социума.

В вопросе «С какой публичной личностью у Вас больше всего ассоциируется Забайкальский край?» было предложено 19 вариантов ответов: писатели, известные спортсмены, политики, меценаты, фигуранты громких уголовных дел. Больше всего голосов (42,2 %) набрал детский поэт, писатель, заслуженный работник культуры РСФСР, почётный гражданин региона Георгий Граубин. Стихотворения о добре, любви и бескорыстии, о людях и природе края включены в школьную программу, переведены на многие языки, положены на музыку. Второе место (39,6 %) респонденты отдали русскому землепроходцу, основателю многих сибирских городов Петру Бекетову. Третья позиция – у известного артиста Александра Михайлова, родиной которого является небольшое село в Забайкалье. Отвечающие предлагали и свои варианты: многие вспомнили братьев-актёров Соломиных, были названы советский военный снайпер Семён Номоконов, писатель Василий Балябин, протопоп Аввакум, декабрист Дмитрий За-

валишин, композитор и дирижёр Олег Лундстрем. Несмотря на то что в бланке опроса было много фамилий современников, люди отдавали предпочтение историческим личностям, внёсшим значительный вклад в становление и развитие региона.

Культурно-исторический пласт аксиологии медиаобраза Забайкальского края включает традиционные праздники. Полиэтническая территория региона оставила свой отпечаток на своеобразии общих для России праздников – например, Новый год, который в Забайкалье отмечают, в том числе, по лунному календарю как праздник Белого месяца. Этот день официально в регионе объявлен выходным. На праздничные хуралы в дацаны приходят буряты и русские, приносят в виде подношения белую пищу и просят у защитников учения Будды мира и благополучия. Обоо тахилга – ещё один из самобытных праздников-обрядов, который проводится с участием тысячи забайкальцев на Титовской сопке в честь хозяйки горы, шаманки с добрым нравом Эрдэнэ Айралжан. Гору обходят по часовой стрелке, по ходу солнца, чтобы вся жизнь повернулась в лучшую сторону.

Фестиваль «Семейская круговая» проводится в Красночикойском районе, направлен на сохранение культурного наследия – песенной, обрядовой, ремесленной, бытовой, гастрономической культуры старообрядцев. Со всех уголков края съезжаются люди, независимо от вероисповедания, чтобы поучаствовать в ярких представлениях и попробовать традиционную кухню семейских. Праздник звезды Рихи сопровождается купанием в целебной воде Алханая. В эти дни национальный парк с целебными минеральными источниками принимает тысячи паломников из разных уголков Забайкалья и соседних регионов.

Среди культурно-исторических ценностей респонденты отметили памятники архитектуры – Бутинский дворец, Церковь декабристов, буддийские дацаны. В ответах людей присутствовал ряд негативных комментариев, например, «В редких репортажах центральных СМИ обычно показывают бурятские бузы и семейских. Это, конечно, тоже часть Забайкалья, но это же не все. Обидно за наш край. Популяризации местных достопримечательностей никакой!».

71 % опрошенных в перечне главных преимуществ Забайкальского края выдели-

ли богатые природные ресурсы, особенно отметили природные комплексы Алханай и Кодар, Чарские пески, Пещеру Хээтэй (от бур. «узорчатая»), а также ярко цветущий фиолетово-розовыми цветами кустарник, застилающий весной забайкальские сопки, – багульник (рододендрон даурский).

Заключение. Мысли и поступки человека обусловлены его мировоззрением и картиной мира, большую часть информации о крае люди получают из массмедиа. СМИ в доминирующих информационных потоках непосредственно создают привлекательный или негативный образ региона. Часто имеющий место переизбыток информации, стремление к оперативной и рейтинговой подаче медиатекста не позволяют работникам СМИ сконцентрироваться и вычленивать из обилия информационных потоков наиболее важное. Соответственно не удаётся определить краевые задачи, которые ставятся перед подготовкой материала, не получается сформулировать смыслы, опирающиеся на ценности и идеалы.

Аксиология медиаобраза края – сложная многокомпонентная сфера, включающая духовно-нравственные, культурно-исторические и природные ценности, обладающие региональной самобытной спецификой. Учитывая результаты опроса местных жителей разных возрастов, активных потребителей массмедиа, приходится констатировать, что запрос аудитории на материалы о духовной жизни края не удовлетворён. Потребитель испытывает дефицит в искренних материалах о людях труда, культуре, приро-

де – о том, что может стать первопричиной гордости и любви к территории, на которой он живёт. Несомненно, у журналистики есть непосредственно-организаторская функция, некая контролирующая обязанность – следить за ходом дел в различных областях жизни края. СМИ должны выявлять проблемы и стимулировать власть имущих к необходимым переменам. Но «четвёртая власть» обременена и крайне важной для аудитории края социально-ориентирующей задачей, в том числе удовлетворением духовно-нравственных потребностей общества – созданием контента, который актуализирует ценностный потенциал Забайкалья и позволит людям взаимодействовать и гармонично жить на основе общей смысловой перспективы. Этот интегративный потенциал журналистики, объединяющий людей разных поколений и пробуждающий их культурную память в парадигме «прошлое – настоящее – будущее», трудно переоценить.

Конструирование медиаобраза территории может быть спонтанным и хаотичным, но возможно и целенаправленное его моделирование с акцентуацией необходимых смыслов, берущих своё начало в знаковых реалиях культуры Забайкальского края. Данная статья лишь структурирует основные проблемы аксиологии медиаобраза территории, скудно представленной в научном дискурсе. Вопрос о заявленных ранее элементах «Мотив – Цель – Средства/Инструментарий взаимодействия с целевой аудиторией» остаётся открытым для дальнейшего исследования.

Список литературы

1. Золотова Н. Д. Ценности жизни человека в современной России // Уровень жизни населения регионов России. 2016. № 1. С. 105–112.
2. O'Connor P. The unanchored past: Three modes of collective memory // Memory Studies. December 2019. DOI: 10.1177/1750698019894694.
3. Dinnie K. Nation Branding – Concepts, Issue and Practic. Butterworth-Heinemann: Elsevier Linacre House, 2008. 256 p. URL: <https://docviewer.yandex.ru/view/11290312/?page=4&> (дата обращения: 10.12.2021). Текст: электронный.
4. Kavartzis M., Hatch M. J. The dynamics of Place brand an identity-based approach to place branding theory // Marketing@Management. 2013. No. 13. Pp. 69–86. DOI: 10.1177/1470593112467268.
5. Tipton F. B. Modeling National Identities and Cultural Change: The Western European, Japanese, and United States Experiences Compared // International Journal of Cross Cultural Management. 2009. No. 9. Pp. 145–168.
6. Семенов И. С. Образы и имиджи в дискурсе национальной идентичности // Полис. Политические исследования. 2008. № 5. С. 7–18.
7. Münch R. Integration, Social // International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences (Second Edition). Elsevier Inc. 2015. March. Pp. 243–248.
8. Francesco P. Mass Identity Architecture: Architectural Writings of Jean Baudrillard. New York: Wiley Academy, 2006. 206 p.
9. Birkner T., Donk A. Collective memory and social media: Fostering a new historical consciousness in the digital age? // Memory Studies. 2020. No. 13. Pp. 367–383. DOI: 10.1177/1750698017750012.



10. Малышева Е. Г., Гриднев Н. А. Формирование медиаобраза региона в федеральных телевизионных СМИ (на материале текстов об Омске) // Научный диалог. 2016. № 12. С. 134–144.
11. Хочунская Л. В. Феномен медиаобраза: социально-психологический аспект // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия «Литературоведение, журналистика». 2013. № 2. С. 91–95.
12. Юм Д. Сочинения: в 2 т. Т. 2. М.: Мысль, 1965. 799 с.
13. Грязнова Е. В., Шалатонов А. С., Шалатонова В. Н. Ценности: диалектика светского и религиозного смысла // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2021. № 5. С. 220–226.
14. Бердяев Н. А. Самопознание. М.: Мысль, 1991. 318 с.
15. Ивин А. А. Логика оценок и норм. Философские, методологические и прикладные аспекты: монография. М.: Проспект, 2017. 318 с.
16. Выжлецов Г. П. Аксиология культуры. СПб.: СПбГУ, 1996. 152 с.
17. Динамика ценностей населения реформируемой России. М.: Эдиториал УРСС, 1996. 224 с.
18. Лосский Н. О. Ценность и бытие: Бог и Царство Божие как основа ценностей. М.: АСТ, 2000. 400 с.
19. Грязнова Е. В., Афанасьев С. В. О соотношении понятий «ценности», «духовные ценности» и «культурные ценности» // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2019. № 5. С. 38–44.
20. Баева Л. В. Экзистенциальная природа ценностей: автореф. дис. ... д-ра филос. наук: 09.00.13. Волгоград, 2004. 43 с.
21. Дуранов И. М. Социокультурные основы гражданско-патриотического воспитания учащейся молодёжи: теория и практика. Магнитогорск, 2003. 154 с.
22. Ильин И. А. Кризис безбожия. М.: Даръ, 2005. 496 с.
23. Семилет Л. А. Идеалы и ценности отечественной культуры в традиционном и инновационном измерениях // Известия Алтайского государственного университета. 2014. № 2. С. 270–274.
24. Баргилевич О. А. Роль культурных и духовно-нравственных ценностей в инновационном развитии современной России // Традиционные национально-культурные и духовные ценности как фундамент инновационного развития России. 2010. № 1. С. 26–35.
25. Корконосенко С. Г. Социальность журналистики и медиа: методологические подходы // Вопросы теории и практики журналистики. 2020. Т. 9, № 3. С. 417–430.

Информация об авторах

Ерофеева Ирина Викторовна, доктор филологических наук, доцент, Забайкальский государственный университет; 672039, Россия, г. Чита, ул. Александро-Заводская, 30; e-mail: irina-jour@yandex.ru; <https://orcid.org/0000-0001-5653-2792>.

Простакишина Наталья Викторовна, специальный корреспондент, Государственная телерадиокомпания «Чита»; 672027, Россия, г. Чита, ул. Бутина, 86; e-mail: prostakishinanv@mail.ru; <https://orcid.org/0000-0002-2380-7320>.

Вклад авторов

И. В. Ерофеева инициировала исследование, осуществляла постановку научной проблемы исследования, определяла основные направления её решения; структурировала и анализировала полученные результаты; осуществляла написание и корректировку текста статьи.

Н. В. Простакишина осуществляла сбор материалов, структурирование и анализ данных, разрабатывала теоретико-методологические основы исследования; занималась подготовкой начального варианта текста с последующей доработкой.

Для цитирования

Ерофеева И. В., Простакишина Н. В. Аксиология медиаобраза Забайкальского края // Гуманитарный вектор. 2022. Т. 17, № 1. С. 95–105. DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-95-105.

Статья поступила в редакцию 20.12.2021; одобрена после рецензирования 15.01.2022; принята к публикации 25.01.2022.

References

1. Zolotova, N. D. Values of human life in modern Russia. Living standards of the population of regions of Russia, no. 1, pp. 105–112, 2016. (In Rus.)
2. O'Connor, P. The unanchored past: Three modes of collective memory. Memory Studies. December 2019. DOI: 10.1177/1750698019894694. (In Engl.)
3. Dinnie, K. Nation Branding – Concepts, Issue and Practic. Butterworth-Heinemann – Elsevier Linacre House, 2008. (In Engl.)



4. Kavaratzis, M., Hatch, M. J. The dynamics of Place brand an identity-based approach to place branding theory. *Marketing@Management*, no.13, pp. 69–86, 2013. DOI 10.1177/1470593112467268. (In Engl.)
5. Tipton, F. B. Modeling National Identities and Cultural Change: The Western European, Japanese, and United States Experiences Compared. *International Journal of Cross Cultural Management*, no. 9, pp. 145–168, 2009. (In Engl.)
6. Semenenko, I. S. Images and Images in the Discourse of National Identity. *Polis. Political studies*, no. 5, pp. 7–18, 2008. (In Rus.)
7. Münch R. Integration, Social. In *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences (Second Edition)*, Elsevier Inc., 2015: 243–248. (In Engl.)
8. Francesco, P. *Mass Identity Architecture: Architectural Writings of Jean Baudrillard*. New York: Wiley Academy, 2006. (In Engl.)
9. Birkner T., Donk, A. Collective memory and social media: Fostering a new historical consciousness in the digital age? *Memory Studies*, no. 13, pp. 367–383, 2020. DOI: 10.1177/1750698017750012. (In Engl.)
10. Malysheva, E. G., Gridnev, N. A. Formation of the media image of the region in federal television media (based on texts about Omsk). *Scientific Dialogue*, no. 12, pp. 134–144, 2016. (In Rus.)
11. Khochunskaya, L. V. Media Image Phenomenon: Socio-Psychological Aspect. *Bulletin of the Russian University of Friendship of Peoples. Series: Literary criticism, journalism*, no. 2, pp. 91–95, 2013. (In Rus.)
12. Hume, D. *Composition in 2 vols, vol. 2. M: Thought*, 1965. (In Rus.)
13. Gryaznova, E. V., Shalatonov, A. S., Shalatonova, V. N. Values: dialectic of secular and religious meaning. *Innovative economy: prospects for development and improvement*, no. 5, pp. 220–226, 2021. (In Rus.)
14. Berdyaev, N. A. *Self-knowledge. M: Thought*, 1991. (In Rus.)
15. Ivin, A. A. *Logic of estimates and norms. Philosophical, methodological and applied aspects: monograph. Moscow: Prospekt*, 2017. (In Rus.)
16. Vyzhletsov, G. P. *Axiology of culture. St. Petersburg: St. Petersburg State University*, 1996. (In Rus.)
17. *Dynamics of the values of the population of reformed Russia. M: Editorial URSS*, 1996. (In Rus.)
18. Lossky, N. O. *Value and being: God and the Kingdom of God as the basis of values. M: LLC Firm AST Publishing House*, 2000. (In Rus.)
19. Gryaznova, E. V., Afanasiev, S. V. On the relationship between the concepts of “values”, “spiritual values” and “cultural values”. *Innovative economy: prospects for development and improvement*, no. 5, pp. 38–44, 2019. (In Rus.)
20. Baeva, L. V. *Existential nature of values. Dr. philos. sci. dis. abstr. Volgograd*, 2004. (In Rus.)
21. Duranov, I. M. *Sociocultural foundations of civil and patriotic education of student youth: theory and practice. Magnitogorsk*, 2003. (In Rus.)
22. Ilyin, I. A. *Crisis of godlessness. M: Dar*, 2005. (In Rus.)
23. Semilet, L. A. Ideals and values of national culture in traditional and innovative dimensions. *Proceedings of the Altai State University*, no. 2, pp. 270–274, 2014. (In Rus.)
24. Bargilevich, O. A. The role of cultural and spiritual and moral values in the innovative development of modern Russia. *Traditional national-cultural and spiritual values as a foundation for the innovative development of Russia*, no. 1, pp. 26–35, 2010. (In Rus.)
25. Korkonosenko, S. G. *Sociality of journalism and media: methodological approaches. Questions of theory and practice of journalism*, no. 3, pp. 417–430, 2020. (In Rus.)

Information about authors

Erofeeva Irina V., Doctor of Philology, Associate Professor, Transbaikalian State University; 30 Aleksandro-Zavodskaya st., Chita, 672039, Russia; e-mail: irina-jour@yandex.ru; <https://orcid.org/0000-0001-5653-2792>.

Prostakishina Natalia V., Special Correspondent? State Television and Radio Broadcasting Company-Chita – a branch of the All-Russian State Television and Radio Broadcasting Company; 86 Butina st., Chita, 672027, Russia; e-mail: prostakishinanv@mail.ru; <https://orcid.org/0000-0002-2380-7320>.

Contribution of authors

I. V. Erofeeva – initiation of the study; statement of the research problem and identification of the main ways to solve it; structuring and analysis of the results obtained; writing and editing the text of the article.

N. V. Prostakishina – collection of materials; data structuring and analysis; development of theoretical and methodological foundations of the study; preparation of the initial version of the text with subsequent revision.

For citation

Erofeeva I. V., Prostakishina N. V. Axiology of Transbaikalian Territory Media Image// *Humanitarian Vector*. 2022. Vol. 17, No. 1. PP. 95–105. DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-95-105.

Received: December 20, 2021; approved after reviewing January 15, 2022; accepted for publication January 25, 2022.

АКСИОЛОГИЯ МАССМЕДИА

AXIOLOGY OF MASS MEDIA

Научная статья

УДК 659.1.01, 070.4

DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-106-115

Семейные ценности в рекламном дискурсе женской периодики эпохи НЭПа

Елена Юрьевна Гордеева¹, Светлана Андреевна Малютина²

^{1,2}*Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия*

¹Elgord1@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-2313-619X>

²svetl.malutina@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-2194-3983>

Цель предпринятого исследования – выявить ценностные ориентиры семьи и общества, отражённые в рекламном дискурсе, в том числе в библиографической рекламе, на страницах женской периодики эпохи НЭПа. В научный оборот вводится новый эмпирический материал: тексты традиционной и редакционной книжной рекламы негосударственных периодических изданий для женщин («Журнал для хозяек», 1922–1926; «Женский журнал», 1926–1930). Актуальность исследования обусловлена необходимостью изучения не включённой ранее в орбиту внимания учёных библиографической рекламы женских специализированных журналов. Основные методы исследования: историко-типологический, сравнительно-исторический, методы лингвистического и текстуального анализа, сплошного просмотра. Авторы выявляют значение библиографической рекламы на страницах «Журнала для хозяек» и «Женского журнала» в процессе трансформации ценностной парадигмы постреволюционной России, переоценки старых и закрепления новых гендерных ролей женщины в советском обществе (жена, мать, хозяйка, работница, общественница). Использование в библиографической рекламе синкретичных по своей жанровой природе текстов актуализирует в «Журнале для хозяек» и «Женском журнале» как жанры книготорговой рекламы (аннотация, преискурнт), так и медиажанры (мини-рецензия и рецензия, рекомендация и т. д.). В качестве средств языковой суггестии в книжной рекламе специализированных журналов использовались сравнения, лексические повторы, превосходные степени прилагательных, призывы к действию и др. Универсальными приёмами книжной рекламы становятся указание на уникальность книжной новинки, обещание подарка или выгоды, персонализация. Поскольку стратегии, апробированные в библиографической рекламе эпохи НЭПа, активно развивались в последующий период, то полученные результаты можно использовать в дальнейшем при анализе аксиологического контекста советского рекламного дискурса.

Ключевые слова: история журналистики, женская периодика, «Журнал для хозяек», «Женский журнал», история рекламы, библиографическая реклама

Original article

Family Values in Advertising Discourse of Women's Periodicals of the NEP Era

Elena Yu. Gordeeva¹, Svetlana A. Malutina²

^{1,2}*Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod – National Research University, Nizhny Novgorod, Russia*

¹Elgord1@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-2313-619X>

²svetl.malutina@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-2194-3983>

The aim of this research is to identify the values of a family and society, reflected in advertising discourse including bibliographic advertisement on the pages of women's periodicals of the NEP era. New empirical material is introduced into scientific circulation: texts of traditional and editorial book advertisement of non-

© Гордеева Е. Ю., Малютина С. А., 2022



state periodicals for women (Magazine for housewives, 1922–1926, Women's magazine, 1926–1930). The relevance of the research is due to the necessity of studying bibliographic advertisement in women's specialized magazines, which has not been included previously in the orbit of scientific interest. The basic research methods are historical and typological, comparative historical, methods of linguistic and textual analysis, entire overview. The authors reveal the importance of bibliographic advertisement on the pages of "Magazine for housewives" and "Women's magazine" in process of transformation of the value paradigm in post-revolutionary Russia, reconsideration of the old and consolidation of the new gender roles of a woman in Soviet society (the wife, the mother, the housewife, the worker, the social activist). Using syncretic of their genre nature texts on the pages of Magazine for housewives and Women's magazine actualizes genres of bookselling advertisement (annotation, price list) as well as media genres (mini-review and review, recommendation, etc.). Comparisons, lexical repetitions, superlatives of adjectives, calls to action, etc. were used as means of language suggestion in book advertisement in specialized magazines. Indication of the uniqueness of a book novelty, promise of a gift or a benefit and personalization are becoming the universal methods of book advertisement. Since the strategies tested in bibliographic advertisement of the NEP era were actively developed in the subsequent period, our results can be used in future analysis of axiological context of the Soviet advertising discourse.

Keywords: history of journalism, women's periodicals, Magazine for housewives, Women's magazine, history of advertisement, book advertisement

Введение. С момента возникновения периодической печати в России в XVIII в. был взят курс не только на универсализацию контента (издания «для всех»), но и на его специализацию, о чём свидетельствовали деятельность Н. И. Новикова по изучению целевой аудитории и издание им первых отечественных специализированных журналов, в том числе адресованных женщинам («Модное ежемесячное издание, или Библиотека для дамского туалета»). На протяжении всей дореволюционной истории русской журналистики продолжается активное развитие специализированных женских изданий. К концу 1920-х гг. в нашей стране выходило 18 журналов для женщин общим тиражом более миллиона экземпляров [1, с. 87]. Наряду с партийными общественно-политическими журналами («Коммунистка», «Работница», «Крестьянка», «Батрачка») выпускались массовые общественно-литературные журналы для женщин-домохозяек (частные, имеющие дореволюционный опыт издания «Журнал для хозяек» и «Журнал для женщин», а также издаваемый акционерным издательским обществом «Огонек» «Женский журнал»).

Примечательно, что эпоха НЭПа не только привела к либерализации различных сфер общественной жизни в России, но и способствовала переходу периодики на хозрасчёт, возрождению частноиздательской и рекламной деятельности [2–4]. В связи с этим оживляется реклама и в женской периодике. Разумеется, что на страницах негосударственных женских журналов, к тому же тех, что имели дореволюционную историю, реклама отличалась обилием и разнообразием, была представлена не только

традиционной, но и редакционной формой, то есть выступала «под псевдонимом», в обличье журналистских текстов [5, с. 59]. В условиях «революции быта», провозглашённой в послереволюционный период, женщины не ограничивались только семейными обязанностями. Женская пресса теперь была призвана учитывать духовные и профессионально-образовательные запросы женщины. Этой цели служили не только редакционные, но и рекламные тексты женских журналов, при этом «значительное место занимали объявления о книжной продукции, новинках прессы» [6, с. 101]. Подобные тексты мы будем называть библиографической (книжной) рекламой, под которой подразумеваем «объявления о подписке на газеты и журналы и книжных новинках. К ней также относится самореклама изданий» [7, с. 47]. При этом будем учитывать, что синкретичные по своей природе тексты книжной рекламы могли использовать жанровый инструментарий журналистики [9, с. 362], а рекламную функцию в специализированных журналах «выполняли не только тексты, имеющие все атрибуты таковых, но и серьезные обзоры литературы, литературно-критические статьи и т. д.» [Там же, с. 365].

Таким образом, цель данной работы – выявить аксиологический вектор рекламного дискурса, в том числе своеобразие книжной рекламы, в негосударственных женских журналах периода НЭПа: частном «Журнале для хозяек» (1922–1926) и издаваемом акционерным издательским обществом «Огонёк» «Женском журнале» (1926–1930). Новизна предпринятого исследования обусловлена введением в научный оборот эм-



пирического материала, который ранее не становился объектом внимания учёных. Актуальность статьи связана с обращением к негосударственным периодическим изданиям, которые в эпоху НЭПа в связи с активизацией частноиздательской и рекламной деятельности в большей степени, чем государственные СМИ, апеллировали к ценностям дореволюционной журналистики и рекламы.

В последние годы предпринимались исследования, посвящённые истории и типологическим особенностям отечественной женской периодики [1; 10–16], истории рекламы [17; 18], специфике рекламного дискурса вообще [19; 20] и рекламе в специализированной прессе в частности [9; 21], включая женскую периодику [6; 22; 23]. Кроме того, были предприняты попытки найти точки пересечения журналистики и рекламы, выявить возможности использования в рекламе жанрового инструментария журналистики [5; 7; 24; 25], исследовать специфику рекламного текста, его жанрового своеобразия и особенности используемых в нём техник и приёмов [26–32]. Анализ существующей научной литературы убеждает в том, что рекламный дискурс отечественной женской периодики эпохи НЭПа никогда не становился объектом монографического исследования. Библиографическая реклама на страницах негосударственных женских журналов 1920-х гг. («Журнал для хозяек» и «Женский журнал») ранее не привлекала внимание учёных, несмотря на её несомненное значение в формировании новых ценностных ориентиров женщины в советском обществе (не только жены, матери, хозяйки, но и работницы, общественницы и т. д.). Предпринятое исследование призвано восполнить существующий пробел.

Методология и методы исследования. В ходе работы использованы историко-типологический, сравнительно-исторический, системный методы и структурно-функциональный подход для определения типологических особенностей изучаемых органов периодики, которые, несомненно, влияют на рекламные стратегии СМИ, а также для выявления общего и особенного в подаче рекламного контента частным журналом («Журнал для хозяек») и изданием, выпускавшимся акционерным обществом («Женский журнал»). Для исследования ценностной базы рекламного дискурса периода НЭПа применялся метод сплошного

просмотра. При анализе текстов традиционной и редакционной рекламы задействованы методы лингвистического и текстуального анализа.

Результаты исследования и их обсуждение. В «Журнале для хозяек» и «Женском журнале» содержится как прямая, так и косвенная книжная реклама. Особенность текстов первого типа – наличие признаков рекламности. Однако авторы рекламных текстов могут маскировать эти признаки, для чего в большей степени сохраняют структурные и языковые черты исходного жанра¹.

При этом рекламные обращения могут быть написаны как в одном жанре, так и сочетать элементы разных жанровых форм. В «Журнале для хозяек» и «Женском журнале» в некоторых материалах присутствуют признаки рекомендации – суггестивного речевого жанра с интонацией пожелания [28, с. 130]. В структуре обоих журналов представлена рубрика «Почтовый ящик», в которую читательницы присылали письма, отражающие их духовные запросы. Здесь же давались разъяснения и советы по хозяйству, быту, здоровью и кулинарии [33, с. 204]. Среди прочего подписчицы интересовались выпуском книг и периодических изданий, направляли запросы с просьбой порекомендовать литературу по интересующей тематике. Так, редакция «Женского журнала» сообщает читательнице Е. Ф. Карповой о том, что издательство «Огонёк» не занимается выпуском специальных детских книг, однако предлагает альтернативный вариант – обратиться в издательство «Книга Почтой», где можно выписать такие пособия, как «Охраняйте сон ребёнка», «Учись, как говорить с ребёнком», «Одевайте ребёнка правильно», «Как воспитывать детей с 3 до 8 лет»². Рекомендации подобной литературы актуализируют традиционные семейные ценности и подчёркивают роль женщины в воспитании подрастающего поколения.

Близкой по тематике «Почтовому ящику» стала рубрика «Ответы друга» в «Журнале для хозяек», где особое внимание уделялось семейным ценностям. Здесь же встречались советы по чтению литературы: например, «подписчик из Воронежа» выразил недовольство сказами издательства «Радуга», которые при высокой стоимости представляют собой «чепуху, скучную даже

¹ Булатова Э. В. Стилистика текстов рекламного дискурса: учеб. пособие. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2012. – С. 186.

² Женский журнал. – 1928. – № 1. – С. 38.

для ребёнка»¹. Автор рубрики, согласившись с позицией читательницы, посоветовал к прочтению интересный и поучительный сборник «Мир в рассказах для детей» В. и Э. Вахтеровых, достоинство которого заключается в «разнообразно подобранном материале, соответствующем именно детским интересам»². Таким образом, данные журналы выполняли просветительскую миссию, поддерживали традиции семейного чтения, заложенные в дореволюционной России.

Использовалась в анализируемых изданиях и аннотация, обычно содержащая краткую информацию о книге, журнале или газете. Рекламные черты она приобрела из-за наличия общего содержания первичного текста, перечисления исключительно преимуществ изданий, цены, наличия скидок [34, с. 204]. В рубрике «Что читать?» в «Женском журнале» представлены рекомендации по чтению литературы для взрослых и детей с развёрнутым анализом содержания. В подобных текстах отмечаются достоинства произведений: «прекрасное издание, с массой рисунков»; «простым языком, доступным детям, передаёт наивные впечатления деревенской девочки»; «даны важнейшие указания относительно устройства коллективных учреждений»³.

Рубрика «О книгах», которую вёл Юрий Соболев в «Женском журнале», близка по содержанию к предыдущей. Здесь размещались тексты с признаками такого журналистского жанра, как мини-рецензия: ведущий рубрики давал краткую характеристику произведений. Так, обращаясь к книге Юрия Олеши «Зависть», он анализирует проблему, затронутую писателем, описывает главных героев (Кавалерова и Андрея Бабичева), использует цитаты⁴. Рекомендации книг, размещённые в других разделах журнала, построены по тому же принципу, что и в рубрике «Что читать?»: указываются автор, название, издательство и стоимость произведений, главная проблематика. Использование подобных рубрик и жанров в подаче книжной рекламы поддерживало традиционные семейные ценности, подчёркивало роль матери в духовном становлении ребёнка.

На страницах «Женского журнала» и «Журнала для хозяек» появляются матери-

алы более усложнённых форм, определить точный жанр которых довольно затруднительно. Некоторые объявления содержат в себе элементы рекламной рекомендации и рецензии. Рекламными эти жанры делает то, что они акцентируют внимание на положительных характеристиках товара, подробно обосновываются аргументы в пользу его приобретения, предлагаются варианты решения каких-либо проблем с помощью его покупки [35, с. 102]. Функция данных текстов – обратить внимание потребителя на товар и побудить к определённому действию, что можно, например, наблюдать при продвижении «Книги матери» в «Журнале для хозяек». Автор текста отмечает, что среди большого количества пособий и научных трудов она занимает исключительное место. При этом указываются как положительные характеристики товара, так и его недостатки (что недопустимо в традиционной рекламе). К последним относится высокая стоимость, из-за чего книгу сможет приобрести не каждая покупательница. В связи с этим её рекомендуют приобрести общественным учреждениям (консультациям, избам-читальням, клубам, школам сестёр и т. д.), поскольку издание рассчитано на коллективного читателя. В качестве достоинств выделяются наглядность и доступность изложения⁵. Очевидно, что перед нами редакционная книжная реклама – сообщение, имитирующее газетные или журнальные публикации, которое косвенно может воздействовать на аудиторию [36, с. 168], в том числе способствовать выработке её ценностных ориентиров.

В структуру «Женского журнала» вошла рубрика «Беседы с читательницами», которую вела Татьяна Плетнева. Её публикации вызывали особый интерес, поскольку она рассуждала о женской независимости, семейных проблемах, трансформирующихся гендерных ролях работницы, крестьянки, жены и матери [37, с. 102]. В первом номере журнала за 1928 г. автор рубрики затронула вопрос о гендерном равенстве в СССР и Европе. В центре материала, написанного в жанре рецензии, – книга «Душа женщины» итальянской писательницы Джини Ломброзо, положившая начало серьёзной полемике в европейских странах. По мнению автора издания, женщина альтероцентрична, т. е. «центр тяжести всей своей жизни,

¹ Журнал для хозяек. – 1926. – № 7. – С. 16.

² Там же.

³ Женский журнал. – 1928. – № 4. – С. 22.

⁴ Там же. – № 8. – С. 17.

⁵ Журнал для хозяек. – 1926. – № 8. – С. 9.



своей радости и гордости она полагает не в самой себе, а в другом лице»; мужчина, наоборот, ни от кого независим¹. Несмотря на негативные коннотации в оценке книги «Душа женщины», важен сам факт информирования о книжной новинке, способной скорректировать ценностные установки целевой аудитории.

Как правило, первые и последние страницы изданий выделялись под традиционные рекламные объявления, где представлена прямая рекламная коммуникация, открыто выражающая намерения продавца². Примечательно, что в 1926 г., в год закрытия «Журнала для хозяек» в связи с выходом Постановления ЦК ВКП(б) «Об очередных задачах партии по работе среди работниц и крестьянок», коммерческий рекламный блок исчез с его страниц.

На обороте титульного листа обычно размещалась самореклама журналов. Редакция «Женского журнала», используя новый приём «заголовок – вопрос», интересуется у читателя, подписался ли тот на журнал³. Это метод персонификации, с помощью которого рекламное обращение из анонимного становится лично направленным, устанавливает контакт и диалог с потребителем⁴. Здесь же отмечаются привлекательные черты издания («программа журнала значительно расширяется и дополняется», «увеличиваются отделы "Модный" и "Дом и Хозяйство"»), целевая аудитория («для домашней хозяйки, матери, кустарки»). Читательниц привлекают тем, что при оплате годовой или полугодовой подписки в виде премии они получают книги «Здоровье женщины», 10 изданий «Библиотеки "Огонёк"», а за дополнительную плату – «Альбом рукоделий» и «Кулинарную книгу». Это свидетельствует об использовании философии подарка, восходящей к традициям и ценностям литературоцентричной дореволюционной журналистики и рекламы.

Библиографическая реклама в «Женском журнале» представлена и в жанре преискуранта. Рекламодатели указывали стоимость товара, количество страниц, изображений и адрес, где можно приобрести товар.

¹ Женский журнал. – 1928. – № 1. – С. 13.

² Булатова Э. В. Стилистика текстов рекламного дискурса: учеб. пособие. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2012. – С. 31.

³ Женский журнал. – 1928. – № 1.

⁴ Бернадская Ю. С. Текст в рекламе: учеб. пособие для студ. вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – С. 23.

Примечательно, что в подобных объявлениях для экономии места не использовалось абзацное членение текста, слова при этом могли сокращаться⁵. Рекламуемые издания группировались по тематике и интересам женщины, соответствующим различным её ролям в обществе и семье: это книги и журналы по шитью и рукоделию, кулинарии, здоровью и психологии, детские книги.

Рекламодатели обращались к суггестивным приёмам, которые побуждали к приобретению конкретных книжных новинок. Один из таких методов – прямой призыв к действию [38, с. 55]. В объявлениях использовались в основном глагольные формы со значением активного побуждения: «Требуйте кулинарную книгу "Наша кухня"», «Переводы адресуйте...», «Учитесь беречь и воспитывать детей»⁶.

Вместе с тем в качестве языковых средств внушения и убеждения использовались сравнения, лексические повторы, превосходная степень прилагательных. В объявлении о подписке на серии книг от акционерного общества «Огонёк» наименование издательства фигурирует восемь раз, что способствует не только запоминаемости бренда, но и усилению эффекта убеждения в необходимости приобретения товара [39, с. 146]. Отмечается, что «Библиотека» является «самой популярной из маленьких библиотек, издающихся в СССР», ею выпускаются книги «всех лучших современных советских писателей»⁷. К преимуществам проекта автор текста относит низкую цену, благодаря чему книги доступны всем. В рекламе используются элементы скрытого сравнения с аналогичным товаром, с целью убеждения потребителя в превосходстве торгового предложения или внушения этого мнения [40, с. 19].

Привлекательность товара подчеркивалась его уникальностью и эксклюзивностью. Так, издатели журнала «Огонёк» обещали читателям за оформление подписки на журнал сочинения Льва Толстого – «нового издания Госиздата» (рис. 1)⁸. Рекламодатель указывал на новизну и неповторимость книг, аргументируя это тем, что в собрание вошли те труды русского писателя, которые ранее из-за царской цензуры нигде не были опубликованы.

⁵ Женский журнал. – 1928. – № 2.

⁶ Там же. – № 9.

⁷ Там же. – № 8.

⁸ Там же. – № 1.

К СТОЛЕТИЮ СО ДНЯ РОЖДЕНИЯ
ПОЛНОЕ СОБРАНИЕ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ СОЧИНЕНИЙ
Льва ТОЛСТОГО
(ПОВЕШЕЕ ИЗДАНИЕ ГОСИЗДАТА)
дает своим подписчикам в 1928 году
Самый распространенный еженедельный иллюстрированный журнал

ОГОНЕК

В сборнике (печатанном специально для подписчиков «ОГОНЬКА») будут помещены ВСЕ художественные сочинения Льва Толстого, а также произведения, которые ИЗ-ЗА ЦАРСКОЙ ЦЕНЗУРЫ до сих пор не выходили ни в одно собрание сочинений Толстого. Сборник будет состоять из 24-х книг большого формата, выходящих в удобном читки шрифтом, на 24 печатных листах (более 200 страниц каждая) — в 2 книги ежемесячно.

1-й абонемент: 52 руб. за журнал «ОГОНЕК» с приложением Писемного Собрания Художественных Сочинений Льва Толстого и 24-х книг (более 200 стр.) Допускается РАСПРОСКА! при подписке: 4 руб. с 1 марта — 2 руб. с 1 мая — 2 руб. с 1 июля — 3 руб.	3-й абонемент: 52 руб. за журнал «ОГОНЕК» с приложением Писемного Собрания Художественных Сочинений Льва Толстого и 24-х книг и 10 книг из «Библиотеки ОГОНЕК» Допускается РАСПРОСКА! при подписке: 3 руб. с 1 марта — 3 руб. с 1 мая — 1 руб. с 1 сентября — по 4 руб.
2-й абонемент: 52 руб. за журнал «ОГОНЕК» с приложением 104 книг «Библиотеки ОГОНЕК» (повесть, рассказы, лучшие рассказы и новеллы авторов — по две книги ежемесячно). Полнота: 3 руб. с 1 мая — 2 руб. с 1 июля — 1 руб. с 1 сентября — 40 руб.	«ОГОНЕК» без приложений: 52 руб. за журнал в год — 4 руб. 30 коп., полугода — 2 руб. 40 коп., 3 мес. — 1 руб. 22 коп., 1 мес. — 40 коп.

Подписчики из «ОГОНЬКА» с приложением Сочинений Л. Н. Толстого, внесшие предоплату платят сразу всю сумму, получат БЕСПЛАТНО большой художественный портрет Л. Н. Толстого.

ПЕРЕВОДЫ АДРЕСОВАТЬ: Москва, В. Старицкая бульв. 31, Академиздатком Издательскому Обществу «ОГОНЕК»
Подписка также принимается помесячно на почте, письмомощами у контрагентов и в отделах «Прайм» и «Издательский ЦИП» и во всех жез-дюр. и горжиз. конторах Коммунистического Цепзита.

Рис. 1. Реклама собрания сочинений Льва Толстого. Женский журнал. 1928. № 3

Fig. 1. Advertising of the collected works by Leo Tolstoy. Women's magazine. 1928. No. 3

В противовес дореволюционным приёмам оформления коммерческих объявлений, включающим элементы модерна, обильные иллюстрации, «указывающие пальцы» и причудливые шрифты, библиографическая реклама в «Журнале для хозяек» и «Женском журнале» выдержана в традиционном рекламном стиле. Тексты заключались в рамки, важные и мотивирующие фразы или слова выделялись жирным и крупным шрифтом. Правда, графическим разнообразием отличались, например, рассмотренные ранее объявления о подписке на «Библиотеку «Огонька»» (рис. 2). Посередине листа в прямоугольной рамке представлены обложки книг, а пустое пространство заполняют написанные по диагонали фамилии и имена знаменитых писателей. В редакциях женских журналов хорошо понимали, что изображение способно полноценно представить информацию о рекламируемой книге, передать заложенные в ней смыслы.

Заключение. На основании проведённого исследования следует отметить, что, несмотря на разные варианты форм собственности изучаемых изданий (частный «Журнал для хозяек» и издаваемый акционерным обществом «Женский журнал»), в целом эти органы периодики демонстрируют схожие рекламные стратегии. Учитывая возможности специализированного издания

БИБЛИОТЕКА „ОГОНЕК“

М. Горький, Беранже, И. Бальбель, А. Безыменский, Бальмонт, Вассерман, Артем Веселый, В. Вересаев, Вольфганг Гауцман, Генрих Гомер, Гоним, Гомер, Додздаров, Додздаров, Мик. Кольцов, Свифт, Твэн, Дн. Фурманов, А. Серафимович, С. Сергеевич, А. Н. Ценский, А. Н. Цинков, Прибыл, Динненс, Зоценно, А. Толстой, И. Эренбург и другие

КНИЖКА ГАНСУИ БРОДКИ
ПЕШИ БЕРАЖКЕ
А. ТОЛСТОГО ПОВЕСТИ И РАССКАЗЫ
СВЕТЛОСТЬ ВСТРЕЧИ

Зоя, А. Наро, Вера Инбер, Ефим Зозуля, В. Ирилов, Носиф Уткин, Келлер, А. Луначарский, Мирбас, М. Пассаж, В. Маяковский, Бор. Пильняк, П. Романов, А. Слоновский, Уздынский, А. Свирский, И. Эренбург и другие

Подписка на Библиотеку «ОГОНЕК»

Полнота: 3 руб. с 1 мая — 2 руб. с 1 июля — 1 руб. с 1 сентября — 40 руб.

Рис. 2. Реклама книг издательского общества «Огонёк». Женский журнал. 1928. № 3

Fig. 2. Advertising books of the publishing house «Ogonёk». Women's magazine. 1928. No. 3

сегментировать целевую аудиторию, «Журнал для хозяек» и «Женский журнал» апеллировали, прежде всего, к традиционным семейным ценностям, что отразилось и на рекламном контенте изданий, в том числе специфике книжной рекламы в них. Вместе с тем данные издания, учитывая трансформацию гендерных представлений в послереволюционной России, проводимую в стране «революцию семьи и быта», развивающиеся интеллектуальные и духовные запросы своих читателей, способствовали формированию новых ценностных ориентиров современной женщины. Эти задачи специализированных женских журналов в период НЭПа решались с помощью как публицистических, так и рекламных текстов. При этом рекламные функции зачастую выполняли и особенно журналистские материалы, что особенно наглядно демонстрируют тексты, отражающие духовные потребности женщины, в том числе публикации, продвигающие книги и чтение как таковое.

Для реализации просветительской функции книжной рекламы были задействованы как традиционные рубрики, поддерживающие диалог с аудиторией («Почтовый ящик», «Ответы друга», «Беседы с читательницами»), так и специализированные («Что читать?», «О книгах»). Приёмы и стратегии, апробированные в книжной рекламе специ-



ализированных журналов периода НЭПа, впоследствии активно использовались на протяжении всего последующего развития советской журналистики, поскольку продвижение книги становится фактически единственной сферой применения рекламы. Это

обстоятельство делает возможным распространение результатов проведенного исследования на изучение аксиологического вектора рекламного дискурса в других советских изданиях, как специализированных, так и универсальных.

Список литературы

1. Смеюха В. В. Отечественные женские журналы: историко-типологический аспект. Ростов н/Д.: Изд-во СКНД ВШ ЮФУ, 2011. 188 с.
2. Бабюк М. И. К вопросу о частной периодической печати в СССР в условиях 1920-х годов. Текст: электронный // Медиаскоп. 2020. Вып. 1. URL: <https://www.mediascope.ru/2597> (дата обращения 30.10.2021).
3. Бабюк М. И. О некоторых экономических аспектах функционирования системы советской периодической печати в первой половине 1920-х гг. // Вестник Воронежского государственного университета. Серия «Филология. Журналистика». 2019. № 3. С. 87–90.
4. Жирков Г. В. Журналистика исторического периода, который мы потеряли (к 100-летию НЭПа) // Медиа в современном мире: 60-е Петербургские чтения: материалы междунар. науч. конф.: в 2 т. Т. 1. СПб., 2021. С. 21–22.
5. Реклама: палитра жанров / В. В. Ученова [и др.]. М.: Гелла-принт, 2004. 248 с.
6. Смеюха В. В. Особенности рекламы в женской прессе (XVIII–XXI вв.) // Вопросы медиалогии / В. В. Смеюха. Ростов н/Д.: Ростов. гос. ун-т путей сообщения, 2013. С. 98–108.
7. Козлова О. В. Реклама как литературный текст в российских периодических изданиях 1890–1917 годов: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10. Саратов, 2008. 163 с.
8. Гордеева Е. Ю. «Язык и стиль рекламы» как вузовская дисциплина // Знак: проблемное поле медиобразования. 2020. № 4. С. 86–91. DOI: 10.24411/2070-0695-2020-10410.
9. Гордеева Е. Ю. Формы взаимодействия с читателем на страницах дореволюционных специализированных журналов (по материалам библиографической периодики) // Русская литература и журналистика в предреволюционную эпоху: монография. М.: ИМЛИ РАН, 2021. С. 357–372.
10. Бойко В. Н. Особенности изданий для женщин в системе российских СМИ начала XX века (на примере журнала «Дамский мир») // Медиальманах. 2019. № 5. С. 79–87.
11. Марчан И. В. Женская пресса: историко-типологический ракурс рассмотрения // Вестник Воронежского государственного университета. Серия «Филология. Журналистика». 2019. № 2. С. 123–126.
12. Гусева И. Е. Женская пресса: отражение перемен в российском обществе начала XX века // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия «Исторические науки». 2017. № 1. С. 18–23.
13. Alyunina Yu., Politova E. Femimine Image in Fashion Discourse: Soviet Magazines of the 1920s and Russian Blogs // Social & Behavioural Sciences. 2019. July. Pp. 64–75. DOI: 10.15405/epsbs.2019.07.9.
14. Braginskaya E. Becoming the New Soviet Woman: Redefining Class and Gender in the Early Soviet Women's Press. Thesis for the Degree of Master of Arts. Milledgeville: Georgia State University, 2015. 105 p.
15. Menéndez M. I. Typology of the Women's Press. A Proposal for Classification // Estudios sobre el Mensaje Periodístico. 2013. Vol. 19. No. 1. Pp. 191–206. DOI: 10.5209/rev-ESMP.2013.v19.n1.42516.
16. Proctor H. Women on the Edge of Time: Representations of revolutionary motherhood in the NEP-era Soviet Union // Studies in the Maternal. 2015. No. 7. Pp. 1–20. DOI: 10.16995/sim.198.
17. Myakisheva M. A., Nesterova E. A. The History of Soviet Advertising in the 50s: the Triumph of Socialist Realism // Сборник избранных статей по материалам научной конференции ГНИИ «Нацразвитие». СПб.: ГНИИ «Нацразвитие», 2021. С. 97–98.
18. Semiryad N. Yu., Voskoboynikov S. G. Advertising in Russian Empire and USSR in XX Century // Будущее науки – 2020: сборник статей VIII Междунар. науч. конф. Краснодар, 2020. С. 17–20.
19. Павлова Ю. А., Сотникова Е. С. Рекламный текст как элемент рекламного дискурса // Иностранные языки: лингвистические и методические аспекты. 2019. № 44. С. 221–225.
20. Egamberdiyeva F., ets. Advertising Text as a Discourse. Текст: электронный // International Journal on Integrated Education. 2019. No. 2. DOI: 10.31149/ijie.v2i389. URL: <https://www.researchgate.net/publication/336349741> (дата обращения: 30.10.2021).
21. Городничева М. А. Своеобразие рекламных публикаций в дореволюционной и советской деловой прессе (на материале периодических изданий Нижнего Новгорода) // Мировая и российская наука: области развития инноваций: сборник научных статей. М.: Перо, 2020. С. 16–19.
22. Коломийцева Е. Ю. Реклама в «Журнале для хозяек» (1912–1913) // Вестник Московского университета. Серия 10. «Журналистика». 2008. № 3. С. 121–131.

23. Крылова М. Н. Гендерные особенности воздействия адресата речи в русской рекламе личного характера // *Инновационные подходы в науке и образовании: теория, методология, практика: монография*. Пенза: Наука и просвещение, 2017. С. 212–221.
24. Сидорская И. В. Журналистика, связи с общественностью, реклама: разграничение vs взаимодействие // *Вестник Московского университета. Серия 10. «Журналистика»*. 2019. № 6. С. 155–175.
25. Медийный текст: социальные практики, технологии, теории: монография. Белгород: Изд. дом «Белгород», 2018. 296 с.
26. Маркетинговая лингвистика. Закономерности продвигающего текста: монография. М.: Флинта, 2019. 164 с.
27. Пономарева И. В., Иванова Е. А. Рекламный текст как способ психологического воздействия на реципиента // *Международный научно-исследовательский журнал*. 2021. № 2–3. С. 189–191.
28. Шутова О. А. Совет как суггестивный речевой жанр поучающего дискурса // *Известия Волгоградского государственного педагогического университета*. 2019. № 5. С. 129–134.
29. Mikheeva E. S. Creative Types of Speech Advertising Slogan as a Text "With a Creative Task" // *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*. 2017. Vol. 8, no. 4. Pp. 847–853.
30. Romanova I. D., Smirnova I. V. Persuasive techniques in Advertising // *Training, Language and Culture*. 2019. No. 3. Pp. 55–70. DOI: 10.29366/2019tlc.32.4.
31. Seo K. Meta-Analysis on Visual Persuasion – Does Adding Images to Texts Influence Persuasion // *Athens Journal of Mass Media and Communications*. 2020. Vol. 6, is. 3. Pp. 177–190.
32. Бочарова Т. И. Рекламный текст, его жанровые особенности // *Текст в культурном, историческом, языковом пространстве*. М.: Моск. финансово-юрид. ун-т МФЮА, 2017. С. 404–410.
33. Коломийцева Е. Ю. Первые советские женские журналы 1920-х годов: история развития // *Вестник Московского государственного университета культуры и искусств*. 2013. № 6. С. 199–205.
34. Миронова А. А. Динамика жанров библиографической рекламы в России // *Проблемы истории, филологии, культуры*. 2010. № 4. С. 196–205.
35. Лободенко Л. К. Особенности аналитических жанров рекламной журналистики // *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2014. № 5. С. 99–105.
36. Назайкин А. Н. Практика рекламного текста. М.: Бератор-Пресс, 2003. 320 с.
37. Смеюха В. В. Вопросы медиалогии. Ростов н/Д.: Ростов. гос. ун-т путей сообщения, 2013. 324 с.
38. Петрищенко Н. М. Особенности использования суггестивной техники в современной рекламе // *Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития*. 2014. № 19. С. 53–57.
39. Матвеева А. Е. Лексический повтор в рекламном тексте: особенности использования, стилистические возможности // *Омский научный вестник*. 2013. № 3. С. 144–146.
40. Пирогова Ю. К., Баранов А. Н., Паршин П. Б. Рекламный текст: семиотика и лингвистика. М.: Изд-во Междунар. ин-та рекламы, 2000. 270 с.

Информация об авторах

Гордеева Елена Юрьевна, кандидат филологических наук, Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского; 603022, г. Нижний Новгород, пр-т Гагарина, 23; e-mail: Elgord1@yandex.ru; <https://orcid.org/0000-0003-2313-619X>.

Малютина Светлана Андреевна, магистрант, Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского; 603022, г. Нижний Новгород, пр-т Гагарина, 23; e-mail: svetl.malutina@yandex.ru; <https://orcid.org/0000-0003-2194-3983>.

Вклад авторов

Е. Ю. Гордеева – основной автор, разработала концепцию исследования, сформулировала выводы и обобщила итоги исследования.

С. А. Малютина собрала, проанализировала и систематизировала эмпирический материал исследования.

Для цитирования

Гордеева Е. Ю., Малютина С. А. Семейные ценности в рекламном дискурсе женской периодики эпохи НЭПа // *Гуманитарный вектор*. 2022. Т. 17, № 1. С. 106–115. DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-106-115.

Статья поступила в редакцию 20.11.2021; одобрена после рецензирования 22.01.2022; принята к публикации 26.01.2022.

References

1. Smeyukha, V. V. Domestic women's magazines: historical and typological aspect. Rostov-na-Donu: SKND VSH YUFU, 2011. (In Rus.)



2. Babyuk, M. I. In relation to the private periodicals in the 1920s. USSR. Mediascope, no. 1, 2020. Web. 30.10.2021. <https://www.mediascope.ru/2597> (In Rus.)
3. Babyuk, M. I. About some economic aspects of the functioning of the system of the Soviet periodicals in the first half of the 1920s. Bulletin of the Voronezh State University, no. 3, pp. 87–90, 2019. (In Rus.)
4. Zhirkov, G. V. Journalism of the historical period that we lost (to the 100th anniversary of the NEP). Media in the modern world. 60th St. Petersburg Readings, Proceedings of the international scientific conference, 2021: 21–22. (In Rus.)
5. Advertising: a palette of genres. M: Gella-print, 2004. (In Rus.)
6. Smeyukha, V. V. Features of advertising in the women's press (XVIII–XXI centuries). Questions of mediology. Rostov-na-Donu: RGUPS, 2013: 98–108. (In Rus.)
7. Kozlova, O. V. Advertising as a literary text in Russian periodicals of 1890–1917. Cand. Philol. sci. diss. Saratov, 2008. (In Rus.)
8. Gordeeva, E.Yu. "The language and style of advertising" as a university discipline. Sign: the problematic field of media education, no. 4, pp. 86–91, 2020. <https://doi.org/10.24411/2070-0695-2020-10410/>. (In Rus.)
9. Gordeeva, E.Yu. Forms of interaction with the reader on the pages of pre-revolutionary specialized journals (based on the materials of bibliographic periodicals). Russian Literature and Journalism in the Pre-revolutionary Era. M: IMLI RAN, 2021: 357–372. (In Rus.)
10. Boiko, V. N. Features of publications for women in the Russian media system of the early twentieth century (on the example of the magazine "Ladies' World". Media Almanac, no. 5, pp. 79–87, 2019. (In Rus.)
11. Marchan, I. V. Women's press: historical and typological perspective of consideration. Bulletin of the Voronezh State University. Series: Philology. Journalism, no. 2, pp. 123–126, 2019. (In Rus.)
12. Guseva, I. E. Women's Press: a reflection of changes in Russian society at the beginning of XX century. Bulletin of the Moscow City Pedagogical University, no. 1, pp. 18–23, 2017. (In Rus.)
13. Alyunina, Yu., Politova, E. Feminine Image in Fashion Discourse: Soviet Magazines of the 1920s and Russian Blogs. Social & Behavioral Sciences, pp. 64–75, 2019. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2019.07.9> (In Engl.)
14. Braginskaya, E. Becoming the New Soviet Woman: Redefining Class and Gender in the Early Soviet Women's Press. Thesis for the Degree of Master of Arts. Milledgeville: Georgia State University, 2015. (In Engl.)
15. Menéndez, M. I. Typology of the Women's Press. A Proposal for Classification. Studies on the Journalistic Message, vol. 19, is. 1, pp. 191–206. <https://doi.org/10.5209/rev-ESMP>. (In Engl.)
16. Proctor, H. Women on the Edge of Time: Representations of revolutionary motherhood in the NEP-era Soviet Union. Studies in the Maternal, no. 7, pp. 1–20, 2015. <https://doi.org/10.16995/sim.198>. (In Engl.)
17. Myakisheva, M. A., Nesterova, E. A. The History of Soviet Advertising in the 1950s: the Triumph of Socialist Realism. Collection of selected articles on the materials of the scientific conference of the State Research Institute "National Development". Sankt-Peterburg: GNII "Nacrazvitie", 2021: 97–98. (In Engl.)
18. Semiryad, N. Yu., Voskoboinikov, S. G. Advertising in Russian Empire and the USSR in the XXth Century. The future of science is 2020, Proceedings of the 8th international Scientific conference, 2020: 17–20. (In Engl.)
19. Pavlova, Yu. A., Sotnikova E. S. Advertising text as an element of advertising discourse. Foreign languages: linguistic and methodological aspects, no. 44, pp. 221–225, 2019. (In Rus.)
20. Egamberdiyeva, F. Advertising Text as a Discourse. International Journal on Integrated Education, no. 2, 2019. Web. 30.10.2021. <https://www.researchgate.net/publication/336349741> <https://doi.org/10.31149/ijie.v2i389>. (In Engl.)
21. Gorodnicheva, M. A. The originality of advertising publications in the pre-revolutionary and Soviet business press (based on the material of periodicals of Nizhny Novgorod). World and Russian science: areas of innovation development. M: "Pero", 2020: 16–19. (In Rus.)
22. Kolomiytseva, E.Yu. Advertising in the "Magazine for housewives" (1912–1913). Bulletin of the Moscow University, no. 3, pp. 121–131, 2008. (In Rus.)
23. Krylova, M. N. Gender characteristics of the impact of the addressee of speech in Russian advertising of a personal nature. Innovative approaches in science and education: theory, methodology, practice. Penza: Nauka i Prosveshchenie (IP Gulyaev G. Yu.), 2017: 212–221. (In Rus.)
24. Sidorskaya, I. V. Journalism, public relations, advertising: differentiation vs. interaction. Bulletin of the Moscow University. Episode 10. Journalism, no. 6, pp. 155–175, 2019. (In Rus.)
25. Media text: social practices, technologies, theories. Belgorod: "Belgorod", 2018. (In Rus.)
26. Marketing linguistics. Patterns of the promoting text. M: "Flinta", 2019. (In Rus.)
27. Ponomareva, I. V., Ivanova E. A. Advertising text as a way of psychological impact on the recipient. International Research Journal, no. 2–3, pp. 189–191, 2021. (In Rus.)
28. Shutova, O. A. Advice as a suggestive speech genre of instructive discourse. Proceedings of the Volgograd State Pedagogical University, no. 5, pp. 129–134, 2019. (In Rus.)
29. Mikheeva, E. S. Creative Types of Speech Advertising Slogan as a Text "With a Creative Task". RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics, vol. 8, is. 4, pp. 847–853, 2017. (In Engl.)



30. Romanova, I. D., Smirnova, I. V. Persuasive techniques in Advertising. Training, Language and Culture, no. 3, pp. 55–70, 2019. (In Engl.) <https://doi.org/10.29366/2019tlc.32.4>. (In Rus.)
31. Seo, K. Meta-Analysis on Visual Persuasion – Does Adding Images to Texts Influence Persuasion. Athens Journal of Mass Media and Communications, vol. 6, pp. 177–190, 2020. (In Engl.)
32. Bocharova, T. I. Advertising text, its genre features. Text in the cultural, historical, linguistic space. M: Moskovskiy finansovo-yuridicheskiy universitet MFYUA, 2017: 404–410. (In Rus.)
33. Kolomytseva, E.Yu. The first Soviet women's magazines of the 1920s: the history of development. Bulletin of the Moscow State University of Culture and Arts, no. 6, pp. 199–205, 2013. (In Rus.)
34. Mironova, A. A. Dynamics of genres of bibliographic advertising in Russia. Problems of history, philology, culture, no. 4, pp. 196–205, 2014. (In Rus.)
35. Lobodenko, L. K. Features of analytical genres of advertising journalism. Philological sciences. Questions of theory and practice, no. 5, pp. 99–105, 2014. (In Rus.)
36. Nazaikin, A. N. The practice of advertising text. M: Berator-Press, 2003. (In Rus.)
37. Smeyukha, V. V. Questions of medialogy. Rostov-na-Donu: RGUPS, 2013. (In Rus.)
38. Petrishchenko, N. M. Features of the use of suggestive technology in modern advertising. Economics and management in the XXI century: development trends, no. 19, pp. 53–57, 2014. (In Rus.)
39. Matveeva, A. E. Lexical repetition in the advertising text: features of use, stylistic possibilities. Omsk Scientific Bulletin, no. 3, pp. 144–146, 2013. (In Rus.)
40. Pirogova, Yu. K., Baranov, A. N., Parshin, P. B. Advertising text: Semiotics and linguistics. M: Izd. mezhdunarodnogo instituta reklamy, 2000. (In Rus.)

Information about author

Gordeeva Elena Yu., Candidate of Philology, Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod – National Research University; 23 Gagarina ave., Nizhny Novgorod, 603022, Russia; e-mail: Elgord1@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-2313-619X>.

Malutina Svetlana A., Master Student, Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod – National Research University; 23 Gagarina ave., Nizhny Novgorod, 603022, Russia; e-mail: svetl.malutina@yandex.ru; <https://orcid.org/0000-0003-2194-3983>.

Contribution of authors

E. Yu. Gordeeva – the main author, developed the concept of the research, formulated conclusions and summarized the results of the research.

S. A. Malutina collected, analyzed and systematized empirical material for the research.

Reference to the article

Gordeeva E. Yu., Malutina S. A. Family Values in Advertising Discourse of Women's Periodicals of the NEP Era // Humanitarian Vector. 2022. Vol. 17, No. 1. PP. 106–115. DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-106-115.

Received: November 20, 2021; approved after reviewing January 22, 2022; accepted for publication January 26, 2022.



<http://www.zabvektor.com>

ISSN 2542-0038 (Online) ISSN 1996-7853 (Print)

Научная статья

УДК 070

DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-116-125

Флешмоб как формат журналистской солидарности

Рузанна Гургеновна Иванян

Высшая школа печати и медиатехнологий

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, г. Санкт-Петербург, Россия

rouzanna@youthcentre.ru, <https://orcid.org/0000-0002-8210-3606>

Статья посвящена ценности и практикам солидарности в российской журналистике, связанным с применением закона об иностранных агентах во второй половине 2021 г. Её актуальность заключается в необходимости анализа современной ценностной палитры российской журналистики в условиях её дискретности. Цель исследования – проанализировать новые форматы выражения солидарности по неоднозначному для медийного сообщества пункту (закон об иностранных агентах) на примере флешмоба #запрещённая_профессия (август 2021 г.). На примере более 50 постов в Facebook с хештегом #запрещённая_профессия и комментариев пользователей автор исследует профессиональные и гражданские ценностные нарративы. В качестве метода исследования применяется качественный тематический анализ текстов. Флешмоб извлёк на поверхность личные истории профессионального становления, сопоставил различные временные и социально-политические контексты профессии. Солидарность проявилась в форме беспокойства о коллегах, потерявших работу и источник дохода. Характерной чертой стали попытки её монетизации. Социальная география участия расширена, во флешмобе обозначились и бывшие журналисты. Они использовали этот повод, чтобы отметить свою принадлежность журналистскому сообществу. В то же время в ряде случаев хештег стал использоваться по непрямому назначению. Основным результатом флешмоба #запрещённая_профессия видится в персонификации профессии журналиста и озвучивании её значимости в современном контексте. Солидаризация прослеживается не в текстах участников флешмоба, а в самом факте присоединения к нему. Идеи солидарности артикулируются через возмущение, неприятие ситуации. При этом в самих текстах доминируют индивидуальные профессиональные и личные нарративы, собственные эмоции и чувства в традициях «новой этики». Практическая значимость исследования прослеживается в выработке теоретико-прикладной базы, необходимой для проведения аналогичных кампаний. Солидарность в журналистике как исследовательская тема затрагивает межсекторные области медиа, активизма, взаимоотношений с властью, цифрового участия, аксиологии журналистики и может привлекать исследователей различных специальностей.

Ключевые слова: профессиональные ценности, гражданские ценности, журналистика, солидарность, сетевая солидарность, флешмоб #запрещённая_профессия, иностранные агенты

Original article

Flashmob as a Form of Solidarity in Journalism

Ruzanna G. Ivanyan

Graduate School of Print and Media Technologies, Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, St. Petersburg, Russia

rouzanna@youthcentre.ru, <https://orcid.org/0000-0002-8210-3606>

The article is devoted to the values and practices of solidarity in Russian journalism related to the law on foreign agents in the second half of 2021. Its significance lies in the need to analyze the contemporary value spectrum of Russian journalism with its discreteness. The aim of the survey is to analyze new formats for expressing solidarity on an ambiguous point for the media community (the law on foreign agents), using the example of the flash mob #banned profession (August 2021). Through more than 50 Facebook posts with the hashtag #banned-profession and user comments, the author explores professional and civic value narratives. The qualitative thematic analysis of the texts is used as a research method. The flash mob brought personal stories of professional development and compared different time and socio-political contexts of the profession. Solidarity showed itself in the form of concern for colleagues who had lost their jobs and their source of income. Attempts to monetize solidarity are noticeable features. The social geography of participation expanded, and former journalists also took part in the flash mob. They used it as an opportunity to mark their belonging to the journalistic community. At

© Иванян Р. Г., 2022



the same time, in a number of cases the hashtag was used for indirect purposes. The main outcome of the flash mob #banned profession is seen in the personification of the profession of journalism and the articulation of its importance in the modern context. Solidarization is traced not in the texts of the participants of the flash mob, but in the very fact of joining it. Ideas of solidarity are articulated through indignation and rejection of the situation. At the same time, the texts themselves are dominated by individual professional and personal narratives, their own emotions and feelings in the tradition of "new ethics". The practical significance of the study can be traced back to the development of a theoretical and practical basis for the similar campaigns. Solidarity in journalism as a research topic touches on the intersectional areas of media, activism, relations with power, digital participation, and the axiology of journalism, and may appeal to researchers from various specialties.

Keywords: professional values, civic values, journalism, solidarity, online solidarity, flash mob #banned profession, foreign agents

Введение. В настоящее время положение российской журналистики осложнено в связи с усилением влияния со стороны органов государственной власти. Это проявляется как в изменении самого законодательства, сужающего пространство гражданского сектора, так и в точечных действиях, которые в целом ведут к ряду негативных последствий для демократического общества¹. По некоторым оценкам, усиливается самоцензура, неподконтрольные власти СМИ вытесняются из медиополя². Инструментов влияния на СМИ становится всё больше, однако летом 2021 г. главным стал закон о так называемых «иностранных агентах».

В отчёте «Репортеры без границ» констатируется, что с декабря 2020 г. число СМИ и отдельных журналистов, внесённых в соответствующий реестр Минюста, выросло почти вчетверо. «Иностранными агентами» признаны Meduza – независимое СМИ с самым большим охватом аудитории среди русскоязычных онлайн-медиа, бизнес-портал VTimes, The Insider, расследовательский портал istories (Важные истории), оппозиционный телеканал «Дождь» и др. Наряду с медиа в список «выполняющих функции иностранного агента» включены и 25 физических лиц, среди них журналисты, правозащитники и активисты³. По состоянию на 15 сентября 2021 г. в списке «иностранных агентов» значилось 47 человек и организа-

ций. Примерно две трети из них включены в реестр с апреля 2021 года.

Применение термина «иностранный агент» создаёт предпосылки для уравнивания журналистики и пропаганды, накладывает обременения и запреты. Некоторым медиапроектам пришлось закрыться, другим были назначены большие штрафы, которые они не в состоянии выплатить. Выстроенные бизнес-модели СМИ разрушаются, поскольку рекламодатели, как правило, прекращают сотрудничество, изданиям приходится собирать средства с помощью краудфандинга, продажи сувенирной продукции и других нестабильных источников дохода. Сайты оказались заблокированными, источники информации и структуры отказываются от совместной работы. Клеймо «иностранный агент» несёт негативные ассоциации и приводит к стигматизации и социальной изоляции тех, на ком оно оказалось.

Пострадавшие журналисты вынуждены тратить время не на свою деятельность, а на отчётную и организационную работу: готовить документы для оспаривания в судах, отчитываться о расходах, маркировать все свои сообщения (даже на личных страницах в социальных сетях). Некоторые журналисты в дополнение оказались в ситуации уголовного или административного преследования, кому-то пришлось эмигрировать или жить с ощущением постоянной угрозы. Потеря работы и источников дохода сопровождается вытеснением из профессии, отказом разных структур от многообразных форм сотрудничества. Например, проект «Информационная культура» отказал журналистке Алесе Мароховской в участии в хакатоне в Екатеринбурге из-за того, что она внесена в реестр СМИ-иноагентов.

На этом фоне *солидарность* становится одним из немногих примеров активизма и противодействия, важной реакцией на нарушение прав журналистов со стороны коллег, гражданского общества, социума. Группо-

¹ Фонд «Справедливость для журналистов». – URL: <https://fj.fund/ru/karta-riskov/> (дата обращения: 05.10.2021). – Текст: электронный.

² Преследование журналистов в России: взгляд сообщества журналистов независимых российских СМИ. – URL: <https://www.levada.ru/2021/07/01/presledovanie-zhurnalistov-v-rossii-vzglyad-soobshhestva-zhurnalistov-nezavisimyh-rossijskih-smi> (дата обращения: 05.10.2021). – Текст: электронный.

³ Дополнение к докладу «Всё под контролем: интернет-цензура и слежка в России», 2019 г. – URL: https://www.reporter-ohne-grenzen.de/fileadmin/Redaktion/Downloads/Berichte/2021/Doklad-update_01.pdf. (дата обращения: 05.10.2021). – Текст: электронный.



вая солидарность развивается, когда индивиды разделяют общие цели и ценности, что позволяет им почти спонтанно координировать разделение труда. Групповая солидарность – «социальный клей», который связывает людей вместе и побуждает идти на индивидуальные уступки ради достижения общих целей [1].

Современная солидарность имеет ряд особенностей. Характерной приметой времени (и не только по вопросам СМИ) является выражение солидарности в онлайн-пространстве. Особенностью интернет-практик солидарности исследователи считают их горизонтальный характер, отсутствие единого организационного ядра, опору на потребности и интересы, озвученные в широком публичном пространстве всемирной паутины. Специфика видится в добровольно взятых на себя обязательствах, вариативности и добровольности участия в целом и способности к самоорганизации [2; 3]. Онлайн-активизм порождает новые формы солидарности [4].

Другой особенностью современной солидарности можно назвать её дискретный характер в связи с наличием множества групп с разными политическими, экономическими и другими интересами и потребностями. Это присуще журналистскому сообществу, а также отражает общие черты современного общества. Выстраивание солидарности в настоящее время требует поддержания доверия и объединения вокруг общих принципов при одновременном учёте различий; признания неравенства и управление им; создания места в общем пространстве для каждого; медиации конфликтов; реализации действий, подтверждающих общие обязательства и согласованную идентичность [5].

Политические противоречия (например, между государственными и негосударственными СМИ) вносят дисбаланс в журналистское сообщество. Например, журналисты RT опубликовали материал о том, кто, по их данным, финансировал независимые медиа, подводя читателя к мысли о «правильности» ограничительных мер по отношению к «Медузе», «Дождю», «Важным историям», «Проекту», объявленным либо нежелательными организациями, либо иноагентами¹.

¹ Журналисты раскрыли спонсоров «Медузы», «Важных историй» и «Проекта». – URL: <https://vz.ru/news/2021/8/24/1115280.html> (дата обращения: 05.10.2021). – Текст: электронный.

Ссоры между независимыми медиа (например, между «Медузой» и «Медиазоной»²) также вносят элемент неконструктивности в солидарность журналистского сообщества.

Таким образом, исследовательского внимания заслуживают практики выражения солидарности с независимыми медиа и конкретными журналистами. Помимо традиционных форм мы наблюдаем и инновационные паттерны и модели. В предыдущих работах автора была предложена классификация различных практик солидарности [6–8], однако современный контекст требует её обновления прежде всего в силу обострения взаимоотношений между властью и СМИ.

Первая часть инициатив солидарности связана с *деконструкцией, разрушением образа и стигмы иностранного агента*. Например, журнал «7×7» снял документальный фильм, рассказывая о буднях получивших такой статус журналистов, показывая их максимальную приближённость к «обычным гражданам»³.

Подобной логики придерживаются Соня Гройсман и Оля Чуракова⁴. Запустив подкаст «Привет, ты иноагент»⁵, они рассказывают о повседневной жизни и ограничениях журналистов-иноагентов⁶. Фокус внимания наведён на личность журналиста, контекст «обычной жизни», повседневность и невозможность «жить, как раньше», «как все».

Издание «Медуза» спросило пятерых главных редакторов СМИ-«иноагентов» (и одного «нежелательного» СМИ) о том, как они собираются дальше работать⁷, таким образом обозначила уязвимость и даже не-

² Сказать всю правду и не посадить невиновных. О публикации «Медузы» по делу «Сети». – URL: <https://novayagazeta.ru/articles/2020/02/25/84065-skazatvsvyu-pravdu-i-ne-posadit-nevinovnyh> (дата обращения: 05.10.2021). – Текст: электронный.

³ Внесены в реестр иностранных агентов.

⁴ Внесены в реестр иностранных агентов.

⁵ Подкаст «Привет, ты иноагент». – URL: <https://music.yandex.ru/album/17301797?from=iframe> (дата обращения: 05.10.2021). – Текст: электронный.

⁶ Большой разговор с российскими журналистами-иноагентами. «Давай голосом». – URL: <https://davaj-golosom.podster.fm/104> (дата обращения: 05.10.2021). – Текст: электронный.

⁷ «Решение принималось сразу по всему сектору независимых российских СМИ». «Медуза» спросила пятерых главредов СМИ-«иноагентов» (и одного «нежелательного» СМИ) о том, как они будут дальше работать. Легче точно не будет. – URL: <https://meduza.io/feature/2021/08/31/reshenie-prinimalos-srazu-po-vsemu-sektoru-nezavisimyh-rossijskih-smi> (дата обращения: 05.10.2021). – Текст: электронный.

возможность стратегического планирования для медиа.

Вторая часть практик солидарности представляет собой *ненасильственные формы протеста* (инициирование открытых писем, запросов, рекомендаций органам государственной власти пересмотреть законодательство, проведение одиночных пикетов, несогласованных митингов, сбор подписей и т. д.).

Так, например, редакции нескольких изданий («Новая газета», «Эхо Москвы», Znak.com и др.), а также профсоюз журналистов опубликовали обращение к президенту В. Путину и министру юстиции К. Чуйченко, потребовав пересмотра решений о присвоении статусов нежелательных организаций и иностранных агентов. Было предложено скорректировать правоприменительную практику с помощью 12 поправок. Петиция на портале change.ru за отмену законов об иноагентах набрала более 90 000 подписей (на 16 сентября 2021 г.). Председатель Союза журналистов Санкт-Петербурга и Ленинградской области А. Радин направил обращение к Генпрокурору по поводу признания юрлица издания «Проект» «нежелательной организацией», в котором просил разъяснить основания для этого действия.

За изучаемый период состоялось несколько волн одиночных пикетов у здания Министерства юстиции в Москве, все они сопровождались задержаниями. Участие в одиночных пикетах как форма выражения солидарности в настоящее время сокращается, поскольку многим из тех, кто обычно это делает, выставлены большие штрафы, вынесены предупреждения или же заведены административные дела, в опасении уголовного наказания наиболее активные журналисты-активисты на такие протесты теперь не выходят¹.

Ярко выраженная протестная акция прошла 8 сентября в Международный день солидарности с журналистами. Помимо одиночных протестов в этот день запустили акцию «Нет иноагентов, есть журналисты», в которой приняли участие более 50 изданий, журналистских проектов, телеграм-каналов и сайтов. Среди участников – «Новая газета», «Холод», ТВ 2, Republic, It's my city, ROMB, Sota, «Дискурс», MR7,

¹ Подкаст «Давай голосом». Разговор с И. Азаром, корреспондентом «Новой газеты». – URL: <https://davaj-golosom.podster.fm/92>. (дата обращения: 05.10.2021). – Текст: электронный.

The Vyshka, «Бумага», «Черновик», «Тайга.инфо», DOXA, The Bell, «Закс.ру», Reminder, «Довод», «Адвокатская улица», «Люди Байкала», «Новый проспект», 7×7, «Юга.ру», «Свободные медиа», «Псковская губерния», «МОХ», «Стол», OCCRP, «Весьма», «Не перебивай», «Уроки истории», Znak.com, Wonderzine, The Village, «ОВД-Инфо», «Троицкий вариант – Наука», «Либо/Либо», «НОРМ», «Самокатус» и «МедМедМедиа». Акцию поддержали издания из списка СМИ – «иностранных агентов»: «Медуза», «Дождь» и «Важные истории». К волне поддержки присоединились и медиаперсоны: известные журналисты, музыканты, театральные деятели, которые опубликовали в своих соцсетях посты с хештегом #самивыиноагенты.

Весь день участники сопровождали материалы на сайтах и/или посты в соцсетях баннерами с надписью, обыгрывающей плашку, которую вынуждены публиковать СМИ – «иностранные агенты».

Выражение солидарности вписывается также в повестку развлечений, по аналогии с инфотейнментом его можно назвать «солидатеинментом». Так, например, неформальное сообщество молодых журналистов из разных городских изданий Санкт-Петербурга «Медиафан» продолжило акцию «Нет иноагентов, есть журналисты» в неформальной встрече в баре. Все желающие смогли взять себе футболку или шоппер с фразой «Сами вы иноагенты».

Примечательно, что формулировка, требуемая Министерством юстиции для маркировки, а также слово «иноагент» с различными изменениями используются в качестве маркера и атрибута действий солидарности (например, на майках, шопперах, брелоках, которые предлагает «Медуза», на плакатах граждан, выходящих на пикеты); в изменённом виде в качестве слогана кампании 8 сентября («Данное сообщение (материал) создано и (или) распространено средством массовой информации, выполняющим функции средства массовой информации»; «Данное сообщение (материал) создано и (или) распространено Дашей Порядиной²). Одновременно рождаются новые слоганы и названия («Сами вы иноагенты», «Нет иноагентов, есть журналисты»).

Важным аспектом является не только участие в протестных действиях, но и их оперативное освещение, иногда в режиме

² Пост в Фейсбуке Дарьи Порядиной от 8 сент. 2021 г.



реального времени. Например, 21 августа телеграмм-канал SOTA вел прямой эфир с Лубянской площади, где журналисты выходили на пикеты против присвоения статуса СМИ-иноагентов¹.

Третья группа практик солидарности направлена на *привлечение внимания широкой общественности*, выведение проблематики за рамки сугубо профессионального круга, демонстрацию пагубности применяемого законодательства не только для конкретных СМИ и журналистов, а для всего общества в целом. Мы имеем в виду обеспечение публичности, разъяснение, мониторинг ситуации, включение тематики в повестку дня, фокусирование внимания на нарушениях прав человека и свободы слова, дискриминацию и стигматизацию журналистов².

Примеры подобной деятельности многочисленны. «Медуза» публикует специальные выступления и обращения известных артистов, медийных лиц по этой теме³. Журнал 7×7 ведёт хронику борьбы журналистов против закона об иностранных агентах⁴ и запустил совместно с «Бумагой» исследование отношения аудитории к СМИ-иноагентам. На церемонии награждения ТЭФИ корреспондент НТВ, получая премию, произнёс речь, в которой раскритиковал закон об иностранных агентах.

Интересный пример «солидарности по пятницам» предлагает соавтор телеграмм-канала «Ротонда» Ксения Клочкова (Санкт-Петербург). «О внесении в реестр новых СМИ Минюст сообщает по пятницам во второй половине дня, когда читатели и зрители заняты своими делами и не читают новости, а журналисты уходят с работы. Событию уде-

ляется мало внимания, оно остаётся не оценённым аудиторией». Чтобы переломить эту тенденцию, инициаторы обращаются к медиаперсонам, знаменитостям, инфлуенсерам, общественным деятелям с просьбой высказаться о происходящем по пятницам в первой половине дня, за несколько часов до того, как теоретически может пополниться реестр⁵. Однако с этой группой действий могут быть связаны хайп и манипулирование на «горячей теме», элементы собственного продвижения и саморекламы.

Четвёртая группа практик солидарности в меньшей степени подвержена медиатизации и носит *более прагматический и практический характер*. Сюда можно включить предоставление журналистам, потерявшим работу, заказов по созданию медиаконтента на удобных для них условиях, сбор средств на оплату услуг адвокатов или штрафов, помощь в поиске работы (например, перепосты в социальных сетях), покупку продукции, которую СМИ распространяют для поддержания своей работы, и другие виды практической помощи. Например, «Медуза»⁶ совместно с российскими предпринимателями и брендами открыла магазин мерча, разработала и выпустила коллекцию одежды и аксессуаров «Пресса». Среди разных товаров имеется и «Набор иностранного агента», куда входят ювелирная подвеска от Avgvst jewelry, чёрный и белый шопперы с «иноагентским» уведомлением.

Методология и методы исследования. Среди различных инструментов солидарности наше внимание привлёк сетевой флешмоб под тегом *#запрещенная_профессия*, который хотя и не позиционировался как прямой акт солидарности, но реализовывался во фрейме этой ценности. 6 августа 2021 г. интернет-издание «Холод» призвало журналистов рассказывать в соцсетях о том, как они пришли в профессию и как на них повлияло признание коллег «иностранными агентами» и закрытие ряда СМИ.

Флешмобы являются интересными современными практиками, обладающими потенциалом в качестве инструмента солидаризации. Изучение этого вида массового поведения уже не находится в самом начале, некоторые научные статьи закладывают

¹ SOTA. – URL: https://www.youtube.com/watch?v=6iB4EVFXeEo&ab_channel=sotavision (дата обращения: 05.10.2021). – Текст: электронный.

² См., напр.: программа «Кадры дня» от 27 августа с Игорем Севрюгиным «Кого считать “иноагентом”, а с кем ситуация “не так однозначна”. Объяснения депутата Госдумы». – URL: <https://www.currenttime.tv/a/31431831.html> (дата обращения: 05.10.2021). – Текст: электронный.

³ «Медуза» публикует специальные выступления и обращения артистов, которым безразлична судьба независимых СМИ в России. См., напр.: Мой лучший друг – иностранный агент. – URL: <https://meduza.io/shapito/2021/08/27/moy-luchshiy-drug-inostrannyy-agent> (дата обращения: 05.10.2021). – Текст: электронный.

⁴ Лобановская Е. Неприкрытое издевательство над людьми. Хроника борьбы журналистов против закона об иностранных агентах. – URL: <https://7x7-journal.ru/articles/2021/09/14/hronika-borby-zhurnalstov-protiv-zakona-ob-inostrannyh-agentov> (дата обращения: 05.10.2021). – Текст: электронный.

⁵ 8 сентября прошла акция в поддержку СМИ-иноагентов «Нет иноагентов, есть журналисты». – URL: <https://lenizdat.ru/articles/1159278> (дата обращения: 05.10.2021). – Текст: электронный.

⁶ Внесена в реестр иностранных агентов.

многообещающий теоретический социологический и психологический фундаменты.

Дословно с английского (*flashmob*) флешмоб переводится как «вспышка толпы», или «мгновенная толпа». Впервые об этом явлении написал социолог Г. Рейнгольд, отмечающий потенциальные возможности толпы, способной с помощью современных цифровых технологий собираться за пару часов [9]. Современные российские исследователи структурируют флешмобы по видам, находят в них форму культурно-просветительской или досуговой работы с молодёжью, явление массовой культуры и/или общественно-политического участия [10–12].

Западные исследователи рассматривают флешмобы в качестве особого протестного действия, управляемого с помощью ряда операций (назначение конкретного времени и места, инструктирование, посыл для формирования нарративов, создание символов, сопровождающих этот процесс) [5].

В период пандемии сетевых флешмобов стало значительно больше, в условиях карантина и самоизоляции они позволили обеспечить возможность самовыражения, а также канализировать гражданскую активность [13]. Так, например, изучая четыре онлайн-инициативы, вызванные вспышкой коронавируса в Италии, М. Л. Руи и М. Рагнелда подчёркивают, что это повлияло на развитие многоуровневой солидарности (от локального до глобального уровня) как онлайн, так и офлайн. Пандемия создала благодатную почву для появления как механических, так и органических форм солидарности. С одной стороны, возникло коллективное сознание, основанное на общности неблагоприятного состояния и взаимозависимости. С другой стороны, оно основано на индивидуализации и разнообразии [14]. В то же время пандемия создаёт много неотложных задач и вызовов для солидарности [15].

Эмпирический материал для нашего исследования составили посты (более 50), вышедшие с хештегом #запрещённая_профессия в социальной сети Facebook, и комментарии к ним. В качестве метода исследования автор выбрал качественный тематический анализ текстов.

Результаты исследования и их об- суждение. Флешмоб извлёк на поверхность личные истории профессионального становления. Он позволил увидеть журналистику

«изнутри», сопоставить различные временные и социально-политические контексты, в которых оказывалась профессия. Часто посты содержат элементы сравнительного анализа советской журналистики, журналистики 90-х гг. и современной (в зависимости от того, когда автор попал в профессию).

Сравнительный анализ приобрёл особенно сильное эмоциональное звучание после поста Евгении Альбац¹, которая написала, что «сегодня ситуация в журналистике лучше, чем в СССР в 70–80-х годах» и оспорила хештег #запрещённая_профессия, подчеркнув, что она «пока не запрещённая и рано устраивать вселенский плач». После этого поста многие авторы вступали в диалог с Е. Альбац, подвергали критике её тезис и аргументы или, наоборот, приводили доводы в защиту идеи о том, что социально-политический контекст для профессии не настолько и плох².

Помимо ностальгии по своим годам в профессии и сожаления, что свободы прессы стало меньше, а цензура и самоцензура усилились, во многих тестах доминируют растерянность от быстро меняющегося нормативно-правового поля, страх непредсказуемых изменений правил «игры», уязвимость, тревога из-за неопределённости.

В постах высказывается ощущение безнадёжности («У меня не осталось надежды на то, что это изменится, есть только понимание надвигающейся катастрофы, дальше будет хуже, я в этом убеждена. Качественная журналистика убивается»³, «ощущение, что мир – карточный домик и твоё профессиональное пространство кем-то растаскивается по кусочкам каждый день и сужается-сужается»⁴; «мое поколение прямо сейчас прощается с нашими мессианскими мечтами изменить мир к лучшему»).

В то же время в текстах широко высказывается любовь к профессии, объясняется собственная мотивация в журналистике, декларируются приверженность профессиональным ценностям и желание быть полезным обществу. «Я горжусь своей професси-

¹ Пост Евгении Альбац от 9 авг. 2021 г.

² Например, посты Раисы Габдуллиной, Саши Крыленковой.

³ Пост Ольги Апленовой от 6 авг. 2021 г. – URL: <https://www.facebook.com/allenova.olga/posts/5-132366616779664> (дата обращения: 05.10.2021). – Текст: электронный.

⁴ Монолог Олеси Остапчук. – URL: <https://novayagazeta.ru/articles/2021/08/07/nagovorili-na-statiu#> (дата обращения: 05.10.2021). – Текст: электронный.



ей. Как бы пафосно это ни звучало, журналистика делает мир лучше, без неё не могут эффективно работать три другие института власти, без неё некому будет рассказать о бедах, несправедливости, лжи, некому будет вступить за слабых¹.

Авторы постов прибегают и к иронии, сарказму. Так, например, проводятся аналогии между включением в реестр Минюста и присуждением Пулитцеровской премии².

Солидарность в постах и комментариях к ним имеет свою специфику. Как правило, это «скрытая» солидарность, беспокойство о коллегах, потерявших работу и источник дохода. С другой стороны, пользователи в рефлексиях о профессиональной солидарности уходят в широкие темы. Ключевых вопросов много: а) когда и как нужно было проявлять солидарность, какой эпизод истории в российской журналистике оказался «точкой невозврата» к ценностям независимой журналистики; б) обвинения в отсутствии реакции на ситуацию со стороны лидеров медиасообщества и медиаперсон, а также институтов, призванных защищать права журналистов (Союз журналистов и др.); в) самобичевания, связанные с отсутствием солидарности («консолидироваться в каком-то едином информационном противостоянии мы никогда не могли»); г) рефлексии о возможности или невозможности что-то сделать; д) эмоции, связанные с невовлечённостью общества в защиту журналистов от закона об «иностранных агентах» («трагично, что это прощание происходит тихо и уединённо, почти втайне от всего остального российского гражданского общества»³), и т. д.

Характерной чертой можно назвать попытки монетизировать солидарность, использовать солидаризационные идеи для призывов финансово поддержать пострадавшие медиа. Очень часто это выражается напрямую. «Подобные СМИ не получают поддержки от государства, а выживают в условиях рынка, опираясь на поддержку аудитории. Именно поэтому, чтобы выразить солидарность с журналистами, лучше выбрать донаты или подписку на издания. Это самый безопасный и нужный способ⁴».

¹ Пост Марии Даниловой от 23 авг. 2021 г.

² Пост Ильи Красильчук от 20 авг. 2021 г.

³ Официальный инстаграм М. Зыгаря: пост от 8 окт. 2021 г.

⁴ Пока не иноагенты: редакционное заявление издания «Развилка». – URL: <https://razvilkaspb.com> (дата обращения: 05.10.2021). – Текст: электронный.

В ряде случаев хештег стал использоваться по непрямому назначению. Некоторые посты не были никак связаны с темой, другие – ставили в центр внимания собственные воспоминания или интересы («коллеги обрушили друг на друга поток мемуаров на тему “Моя жизнь в искусстве”»). Представители партии «Яблоко» использовали хештег для приглашения на встречу с избирателями, Askhad Vzegezhev – для информирования о смене работы. Пост Иннокентия Иванова от 2 сентября 2021 г. и комментарии к нему были о круглой дате со дня приёма на работу на Ленинградское телевидение. Отметим, что среди комментариев доминировали поздравления).

Участие во флешмобе приняли и те журналисты, которые в настоящее время находятся вне профессии. Они использовали этот повод для того, чтобы объяснить свой уход, рассказать о переосмыслении ценности и миссии профессии, находясь уже «вне её», и в то же время обозначить свою принадлежность к журналистскому сообществу или его различным кругам.

Раскрытие индивидуальных журналистских траекторий вышло за пределы социальных сетей, некоторые медиа использовали этот контент для обобщающих статей и публикаций, отражающих различные тренды в региональной и федеральной прессе. Например, издание «Пруфы.рф» объединило истории в одном материале «Сложно представить жизнь без журналистики: истории представителей “запрещённой профессии”»⁵, «Новая газета» опубликовала монологи пяти журналистов в одном материале⁶. Е. Лобановская объединила несколько историй в статье «“Запрещённая профессия”. Что думают региональные журналисты о преследовании коллег»⁷. Аналогичный приём был применён в медиа «Радио Свобода». В статье «Запрещённая профессия.

⁵ «Сложно представить жизнь без журналистики»: истории представителей «запрещённой профессии». – URL: https://prufy.ru/news/society/111552-slozhno_predstaviv_zhizn_bez_zhurnalistiki_istorii_predstaviteley_zapreshchennoy_professii/ (дата обращения: 05.10.2021). – Текст: электронный.

⁶ Наговорили на статью. – URL: <https://novayagazeta.ru/articles/2021/08/07/nagovorili-na-statiu> (дата обращения: 05.10.2021). – Текст: электронный.

⁷ «Запрещённая профессия». Что думают региональные журналисты о преследовании коллег. – URL: <https://7x7-journal.ru/articles/2021/08/10/zapreshennaya-professiya> (дата обращения: 05.10.2021). – Текст: электронный.

Журналисты о себе и цензуре»¹ были приведены более 5 постов.

Но при всём этом ценность флешмоба оказалась неочевидна и для журналистского сообщества, и для социума в целом. Так, например, некоторые авторы в сети пишут, что флешмоб «прошёл незамеченным для россиян, стал констатацией смерти «настоящей журналистики» («Почти никто (кроме журналистов) не обратил, наверное, внимания на него. Этот поток воспоминаний, своеобразный групповой психоанализ. Это такие поминки. Когда бороться уже поздно и бесполезно, все умерло и остаётся только вспоминать, как это было»²). Авторы, как правило, не надеются, что флешмоб способен на что-либо повлиять («Пишу для самотерапии, смысла все равно ноль»).

Заключение. Основной результат флешмоба #запрещённая_профессия видится не столько во влиянии на процессы принятия политических решений или поддержание чувства сопричастности, сколько на гуманизации и персонификации профессии журналиста, выводе её из закулисья и озвучивании значимости для общества в современном контексте.

Солитаризация прослеживается не в текстах участников флешмоба, а в самом факте присоединения к нему. Идеи артикулируются через возмущение, непринятие ситуации. При этом в самих текстах доминируют индивидуальные профессиональные и личные истории, собственные эмоции и чувства (страх, обеспокоенность, неуверенность и др.) в традициях «новой откровенности».

Флешмоб создал «банк» личностных журналистских нарративов и оценок, отражающих мнения журналистов о профессиональной сфере и журналистике. Они уже были и могут быть в дальнейшем использованы для подготовки материалов, направленных на разрушение стигмы внесённых в списки «иностранных агентов», популяризацию профессии журналиста, изучение профессиональных траекторий и других целей.

Флешмоб также актуализировал в виртуальном пространстве горизонтальные связи вокруг важных тем (роль государства,

¹ Рудина А. Запрещённая профессия. Журналисты о себе и цензуре. – URL: <https://www.svoboda.org/a/zapreschyonnaya-professiya-zhurnalisty-o-sebe-i-tsenzure/31399661.html> (дата обращения: 05.10.2021). – Текст: электронный.

² Официальный инстаграм М. Зыгаря: пост от 8 окт. 2021 г.

свобода СМИ, права журналиста и др.). Он создал современный российский прецедент онлайн-солидарности с журналистами, предложив определённый формат, который затем применялся ещё раз 8 сентября (флешмоб под хештегом #самивыиноагенты. Чтобы принять в нём участие, было достаточно выложить в своих соцсетях пост или видео с ответом на вопрос, в чём важность независимой журналистики и что будет, если она исчезнет).

В целом необходимо отметить, что участие в сетевых флешмобах само по себе имеет консолидирующий характер, поскольку позволяет сочетать личные, общественные и гражданские нарративы. Оно вовлекает разных участников, как связанных, так и не связанных с журналистикой, нейтрализует географические расстояния, при этом присутствует широкий выбор формата участия (свой пост, комментарии к чужим постам, перепосты, перепосты с комментариями, чтение и т. д.) и возможность вписать свою личностную компоненту в общее коллективное действие.

Особенным достоинством флешмоба является элемент событийности: будучи информационным поводом, флешмоб создаёт множество мини-информационных поводов, позволяя периодически обращаться к поднимаемой проблеме. Например, практически каждое присоединение к флешмобу известного медиа или знаменитости позволяет постоянно освещать применение закона об иностранных агентах.

Однако проведение сетевого флешмоба, направленного на выражение солидарности журналистам и СМИ, требует тщательной проработки ключевых смысловых доминант, его целей и задач. Проектный подход в этой ситуации позволит в большей степени определить планируемые результаты и индикаторы их достижения, что, возможно, улучшит окончательное воздействие на процессы принятия решений и формирование общественного мнения. При этом отношение к флешмобу как к управляемому проекту, общественной кампании, а не стихийному действию позволит более прагматично учитывать его основные особенности, такие как кратковременность, волнообразность, быстрое затухание.

Выражение солидарности в сетевом пространстве усложняется неопределённостью и быстро меняющимся правовым по-



лем. Запреты и дополнительные обременения касаются не только «иностранных агентов», но и всех пользователей социальных сетей. Опасения нарушить нормы закона заставляют выбирать наименее рискованные формы выражения солидарности. Личные биографические нарративы «по теме» являются относительно безопасной формой обозначения своей гражданской позиции.

В то же время выражение солидарности может быть вписано в разные рамки. Например, как почва для краудфандинга (выражение солидарности трансформируется в софинансирование, донаты, спонсорство, бла-

готворительность) или развлечения (например, повод для неформального общения).

Тема солидарности в российской журналистике является актуальной и значимой, поскольку отчётливо демонстрирует более глубокие процессы, связанные и с новым переформатированием медиасообщества, и с дискретностью журналистики, и с гражданским активизмом, и с переосмыслением взаимоотношений СМИ и государства. Различные «точки входа» в изучаемую проблематику могут привлечь внимание как медиаисследователей, так и социологов, философов, психологов.

Список литературы

1. Durkheim E. *The division of labour in society*. New York. Simon and Schuster, 1983.
2. Зубанова Л. Б., Зыховская Н. Л. Транзитная солидарность в современной сетевой культуре: между карнавалом и травмой // *Социологические исследования*. 2019. № 5. С. 119–128.
3. Юдина Е. Н., Алексеенко И. В. Солидарность в социальных сетях // *Коммуникология*. 2020. № 1. С. 114–127.
4. Gawerc M. I. Coalition-building and the forging of solidarity across difference and inequality // *Sociology Compass*. 2021. No. 215. Pp. 1–14.
5. Gerbaudo P. Social media activism and the funnelling of participation // *Rivista di Digital Politics*. 2021. No. 2. Pp. 271–282. DOI: 10.53227/101943.
6. Иванян Р. Г. Социальная и профессиональная солидарность в журналистике Петербурга (2017–2020 гг.) // *Очерки Петербургской школы журналистики / ред.-сост. И. Н. Блохин*. СПб.: Алетей, 2020. С. 251–267.
7. Иванян Р. Г. Журналистика как площадка для солидарности (2017–2020 годы) // *Современные СМИ в контексте информационных технологий*. СПб.: СПбГУПТД, 2020. С. 50–57.
8. Иванян Р. Г. Типология практик внутрипрофессиональной солидарности в журналистике // *Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 8. «Литературоведение. Журналистика»*. 2017. № 1. С. 123–129.
9. Рейнгольд Г. Умная толпа: новая социальная революция. М.: Гранд-Фаир, 2006. 416 с.
10. Каминченко Д. И. Флешмоб как современная форма общественного и политического участия: анализ технологического, мотивационного и идентификационного факторов // *Среднерусский вестник общественных наук*. 2020. Т. 15, № 5. С. 124–143.
11. Макридина К. А. Флешмобы как средство коммуникации XXI века // *Инноватика-2013: материалы конф. с междунар. участием (23–25 апр. 2013 г.)*. Томск, 2013. С. 548–552.
12. Оленина Г. В., Козлова А. М. Флешмоб как современная форма досуга городской молодёжи: анализ зарубежного и отечественного опыта // *Вестник Московского государственного университета культуры и искусств*. 2018. № 4. С. 160–166.
13. Сарна А. Я. Изоляция и коммуникация: общение в условиях пандемии // *Психосоциальная адаптация в трансформирующемся обществе: субъект-субъектная коммуникация как фактор социализации индивида*. Минск: Белорус. гос. ун-т, 2020. С. 243–248.
14. Ruiu M. L. & Ragnedda M. Between online and offline solidarity: lessons learned from the Coronavirus outbreak in Italy. 2021. October 8. DOI: 10.31219/osf.io/gn2m8. URL: https://www.researchgate.net/publication/355321640_Between_online_and_offline_solidarity_lessons_learned_from_the_Coronavirus_outbreak_in_Italy (дата обращения: 02.11.2021). Текст: электронный.
15. Stok F. M., Michèle Bal, Mara A. Yerkes, and John B. F. de Wit. Social Inequality and Solidarity in Times of COVID-19 // *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 2021. Vol. 18, no. 12. DOI: 10.3390/ijerph18126339.

Информация об авторе

Иванян Рузанна Гургеновна, кандидат политических наук, доцент, Высшая школа печати и медиа-технологий, Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна; 191186, Россия, г. Санкт-Петербург, ул. Большая Морская, 18; e-mail: rouzanna@youthcentre.ru; <https://orcid.org/0000-0002-8210-3606>.

**Для цитирования**

Иванян Р. Г. Флешмоб как формат журналистской солидарности // Гуманитарный вектор. 2022. Т. 17, № 1. С. 116–125. DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-116-125.

Статья поступила в редакцию 15.10.2021; одобрена после рецензирования 25.11.2021; принята к публикации 29.11.2021.

References

1. Durkheim, E. The division of labour in society. New York. Simon and Schuster, 1983. (In Engl.)
2. Zubanova, L. B., Zykhevskaya, N. L. Transit solidarity in modern network culture: between carnival and trauma. Sociological Studies, no. 5, pp. 119–128, 2019. (In Rus.)
3. Yudina, E. N., Alekseenko, I. V. Solidarity in social networks. Communicolog, no. 1, pp. 114–127, 2020. (In Rus.)
4. Gawerc, M. I. Coalition-building and the forging of solidarity across difference and inequality. Sociology Compass, 15, 2021: e12858. <https://doi.org/10.1111/soc4.12858> (In Engl.)
5. Gerbaudo, P. Social media activism and the funnelling of participation. Rivista di Digital Politics, no. 2, pp. 271–282, 2021. DOI: 10.53227/101943 (In Engl.)
6. Ivanyan, R. G. Social and professional solidarity in Petersburg journalism (2017–2020). Essays on the Petersburg school of journalism / ed. by I. N. Blokhin. SPb: Aletheia, 2020: 251–267. (In Rus.)
7. Ivanyan, R. G. Journalism as a platform for solidarity (2017–2020). Modern media in the context of information technology. SPb: SPbGUPTD, 2020: 50–57. (In Rus.)
8. Ivanyan, R. G. Typology of practices of intraprofessional solidarity in journalism. Bulletin of Volgograd State University, no. 1, pp. 123–129, 2017. (In Rus.)
9. Rheingold G. Smart crowd: a new social revolution. M: Grand Faire, 2006. (In Rus.)
10. Kaminchenko, D. I. Flashmob as a modern form of public and political participation: analysis of technological, motivational and identification factors). Srednerussky vestnik of social sciences, no. 5, pp. 124–143, 2020. (In Rus.)
11. Makridina, K. A. Flashmobs as a means of communication of the XXI century. Innovatika – 2013. Tomsk, 2013: 548–552. (In Rus.)
12. Olenina, G. V., Kozlova, A. M. Flashmob as a modern form of leisure of urban youth: an analysis of foreign and domestic experience. Bulletin of the Moscow State University of Culture and Arts, no. 4, pp. 160–166, 2018. (In Rus.)
13. Sarna, A. J. Isolation and communication: communication in the conditions of pandemic. Psychosocial adaptation in a transforming society: subject-subject communication as a factor in the socialization of an individual. Minsk: Belarusian State University, 2020: 243–248. (In Rus.)
14. Ruiu, M. L., & Ragnedda, M. Between online and offline solidarity: lessons learned from the Coronavirus outbreak in Italy. <https://doi.org/10.31219/osf.io/gn2m8> (In Engl.)
15. Stok, F. M., Michèle Bal, Mara A. Yerkes, and John B. F. de Wit. 2021. Social Inequality and Solidarity in Times of COVID-19. International Journal of Environmental Research and Public Health, 2021, vol. 18, no. 12: 6339. <https://doi.org/10.3390/ijerph18126339> (In Engl.)

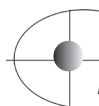
Information about author

Ivanyan Ruzanna G., Candidate of Political Sciences, Associate Professor, Graduate School of Print and Media Technologies, Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design; 18 Bolshaya Morskaya st., Saint Petersburg, 191186, Russia; e-mail: rouzanna@youthcentre.ru; <https://orcid.org/0000-0002-8210-3606>.

For citation

Ivanyan R. G. Flashmob as a Form of Solidarity in Journalism // Humanitarian Vector. 2022. Vol. 17, No. 1. PP. 116–125. DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-116-125.

Received: October 15, 2021; approved after reviewing November 25, 2021; accepted for publication November 29, 2021.



Научная статья

УДК 070.23(1-21)+004.738.5

DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-126-137

**Медиатехнологии привлечения внимания интернет-аудитории
и сохранение ценностных приоритетов традиционных СМИ****Светлана Александровна Кам Ваго***Национальный исследовательский Нижегородский государственный
университет им. Н. И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия*svetl.kam@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-5746-3263>

Современная сфера медиакommunikаций характеризуется значительной вовлечённостью человека в пространство интернета. Сетевые (новые) медиа – блоги, социальные сети, видеоплатформы, агрегаторы и сетевые издания, не имеющие физических носителей, созданные исключительно для сети, – имеют преимущество перед традиционными средствами массовой информации, вынужденными соревноваться за внимание пользователей на чужом поле. Современный сетевой медиатекст, состоящий из вербальных и невербальных компонентов, большей частью ориентирован на привлечение внимания аудитории, воздействие на её чувства и получение определённых эмоций. Эти цели, особенно в среде новых медиа, достигаются зачастую недобросовестными способами, такими как подача материала в «жёлтом» тоне, злоупотребление эмоциональным аудио- и видеоконтентом, публикация недостоверной информации и т. п., идущими вразрез с традиционными ценностями журналистики. Однако сохранение традиционной аксиологической составляющей является чрезвычайно актуальным вопросом для журналистики. Региональные печатные издания оказываются в данной ситуации в проигрышном положении ввиду ограниченности ресурсов. Потенциал изданий, выходящих в крупных российских мегаполисах, какими являются города-миллионники, довольно велик. Развивая свои сайты, они могут стать солидными игроками на региональных медиарынках, используя современные средства, при этом сохранить ценностные приоритеты, продолжая быть проводниками традиций культурного кода общества. Целью данного исследования стало изучение современного положения традиционных печатных средств массовой информации в сети Интернет с акцентом на аксиологическом аспекте. В статье приведены результаты, полученные методом сравнительного контент-анализа материалов, размещённых на официальных сайтах газет городов-миллионников Приволжского федерального округа в период пандемии (март–май 2020 г.) и в аналогичный период 2019 г. Проанализированы изменения внешнего вида сайтов в указанные периоды времени. Новизну исследованию придаёт область проведения – до настоящего времени не проводилось изучение контента сайтов газет городов-миллионников в контексте использования ими современных средств, повышающих заинтересованность пользователей. Исследование показало, что издания увеличили количество традиционно используемых новыми медиа средств (аттрактивные кликабельные заголовки, аудиовизуальный контент и интерактивные способы взаимодействия с пользователями) на своих сайтах в период пандемии. Однако частота применения изданиями данных средств невелика, что позволяет сделать вывод о сохранении ценностного гуманитарного потенциала изданий даже в цифровом формате. Более широкое применение современных технологий является жизненно необходимым, поскольку это гарантирует узнаваемость и возможность выживания в условиях жёсткой конкуренции в интернет-среде и привлечение внимания молодёжной аудитории, но при этом важно обращать внимание на сохранение ценностных приоритетов. Издания осознают эту важность и не меняют характер контента, поддерживая имидж и оправдывая доверие читателей. В перспективе представляется значимым применение на сайтах традиционных СМИ перечисленных в исследовании методов и средств новых медиа, а также установление зависимости реакции аудитории на данные действия.

Ключевые слова: аудитория, медиатехнологии, ценностные приоритеты, заголовок, аудиовизуальные средства, газета, город-миллионник, «цифровая молодёжь»





Original article

**Media Technologies of Attracting the Audience's Attention on the Internet:
Preserving Traditional Media's Value Priorities****Svetlana A. Kam Vavo***Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod, Nizhny Novgorod, Russia*svetl.kam@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-5746-3263>

The modern sphere of media communications is characterized by significant Internet human involvement. Network (new) media – blogs, social networks, video platforms, aggregators and other online media, created exclusively for the network – have an advantage over traditional media, forced to compete for the attention of users in an alien environment. The modern online media text consisting of verbal and nonverbal components is mostly focused on attracting the attention of the audience, influencing its feelings and receiving certain emotions. These purposes, especially in the environment of the new media, are often achieved by unscrupulous means, such as the presentation of material in a “yellow” tone, the abuse of emotional audio-video content, the publication of false information, etc., going against the traditional values of journalism. However, the preservation of the traditional axiological component is an extremely important issue for journalism. Regional print media find themselves in a more losing position due to limited resources. However, the potential of publications, especially located in Russian million-plus cities, is quite high. By developing their websites, they can become solid players in regional media markets, and at the same time preserve their axiological potential, continuing to be conductors of the traditions of the cultural code of society. The purpose of this study was to analyze the current place of traditional print media on the Internet with an emphasis on the axiological aspect. The article presents the results obtained by the method of comparative content analysis of materials posted on official websites of newspapers of Privolzhsky Federal District's million-plus cities during the pandemic (March-May 2020) and in the same period of 2019. Changes of sites during the specified time periods are also analyzed. The novelty of this research is the field of research – till now, the content of websites of newspapers of million-plus cities in the context of using modern tools increasing their attracting for users has not been studied. The study displays increase in the number of tools traditionally used by digital media (such as attractive clickbait titles, audiovisual content and interactive methods of interaction with users) on newspapers' websites during the pandemic. However, the frequency of the use of these tools is quite small, which allows us to conclude that the value humanitarian potential of publications is preserved even in digital format. The wider use of audience-attracting technologies is vital for print newspapers, as it guarantees them recognition and the possibility of surviving in the face of fierce competition in the Internet environment. But at the same time, it is important to pay attention to the preservation of value priorities. Editors are aware of this importance and do not change the nature of the content, maintaining the image and justifying the trust of readers. In the future, it seems significant to use the methods and means of new media listed in the study on traditional media sites, as well as to establish the dependence of the audience reaction to these actions.

Keywords: audience, mediatechnologies, value priorities, heading, audio-visual aids, newspaper, million-plus city, “digital youth”

Введение. Технологические революции современности сыграли важную роль в создании нового канала взаимодействий в обществе – «всемирной паутины». В свою очередь, развитие современных коммуникационных и информационных технологий привело к новым формам взаимодействия общества и медиа.

Поначалу характер коммуникаций в сети повторял субъектно-объектную ориентацию традиционных средств массовой информации. Субъект (ранее бывший газетой, телеканалом или радиоккомпанией, а теперь ставший сайтом) передавал информацию в одном направлении, практически не вступая во взаимодействие с объектом (аудиторией). Однако на рубеже нового тысячелетия появился феномен Веб 2.0 – сети, в которой пользователи играют важную, даже опреде-

ляющую развитие роль¹. Актуальным стало завоевание внимания аудитории, вступление во взаимодействие с ней, подстраивание под её интересы. Возможности Веб 2.0 позволили широко распространиться новому виду медиа – цифровым, созданным специально для сети, расположенным на цифровых платформах, учитывающим интересы и потребности аудитории [1, с. 736].

Медиа традиционно являлись трансляторами ценностей общества, создавая и распространяя культурный код поколений. Однако мышление современного человека изменяется. Обилие информации, возможность получить её в любой момент времени, а также возможность широчайшего выбора позволяет людям мыслить не только

¹ Тим О'Рейли. Что такое Веб 2.0. – Текст: электронный // Компьютерра. – URL: <https://old.computerra.ru/think/234100> (дата обращения: 01.11.2021).



категориями прошлого, но и, находясь «в моменте», онлайн, активно осмысливать настоящее и оперировать будущим. Традиционные медиа, являясь частью аксиологической системы социума, сохраняют свою роль проводника ценностей, важных для общества. Профессор И. В. Ерофеева, исследующая аксиологию медиатекста в российской культуре, подчёркивает, что «деятельность средств массовой информации по сути аксиологична, она направлена на распространение системы взглядов на мир, структурированных согласно определённой совокупности ценностей» [2, с. 21]. Но в связи с активизацией процесса перехода общественного диалога в цифровую сферу чрезвычайно важным остаётся сохранение преемственности передачи ценностных ориентиров в сетевой среде.

Сложная экономическая ситуация, снижение охвата аудитории, снижение доходов имеющейся аудитории – всё это ограничивает возможности традиционных печатных медиа, таких как газеты, заставляя издания искать новые способы получения доходов и привлечения пользователей. Однако они не теряют роль проводников ценностного потенциала, поскольку доверие общества к ним сохраняется на высоком уровне. В интернете они вполне могут составлять конкуренцию новым медиа, что хорошо заметно на примере федеральных газет, таких как «Комсомольская правда» или «Коммерсант». Их сайты, превратившиеся в конвергентные порталы, имеют значительную аудиторию и прочно обосновались в Рунете, становясь источниками новостей, не уступая в оперативности блогам, видеоплатформам и социальным сетям.

Региональные СМИ, однако, теряются в агрессивной сетевой среде. Имея узнаваемые, проверенные десятилетиями бренды, они могли бы играть значительную роль в медиасреде регионов, в том числе и в интернете. Кроме того, в крупных региональных центрах, таких как города-миллионники, проживает большое количество населения с высоким доходом – потенциальная аудитория, обладающая надёжностью и платёжеспособностью. Актуальность исследования обусловлена необходимостью изучения способов проявления региональных печатных изданий в пространстве интернета с точки зрения сохранения межпоколенного нравственного кода, для чего необходимо прове-

дение анализа и оценки используемых ими для привлечения пользователей медиатехнологий. Новизна исследования заключается в том, что ранее не публиковались работы по масштабному изучению материалов, размещаемых крупными региональными изданиями на своих официальных сайтах в сети, в контексте их возможной конкуренции с сетевыми медиа, а также оценки их приверженности ценностным приоритетам. Подобное исследование методами количественного и качественного контент-анализа на основании обширного эмпирического материала проведено впервые.

Целью исследования стало подтверждение или опровержение следующей гипотезы, возникшей при изучении вопроса: печатные издания (газеты) на своих официальных сайтах активно используют средства и методы, характерные для их прямых сетевых конкурентов – новых медиа, среди которых наиболее часто встречаются неязыковые аудиовизуальные средства (подкасты, видео, фото), средства интерактивного взаимодействия с пользователями, а также языковые, такие как броские аттрактивные заголовки. При этом они сохраняют традиционные ценностные приоритеты, характерные для офлайн-изданий и классической журналистики, например свобода слова и качество публикуемой информации, недопустимость злоупотребления скрытой рекламой [3], отсутствие недобросовестных способов привлечения внимания читателей, «желтизны» и «чёрного пиара». Задачами исследования стали отбор публикаций, классификация признаков, установление частоты встречаемости и соотношения подобных техник со стандартными для печатных средств массовой информации.

Методология и методы исследования. Начиная с 70-х гг. XX в., в гуманитарную повестку дня стало входить понятие «визуальный поворот». Истоки его появления лежат в философской традиции постмодернизма и структурализма, когда всё чаще стали говорить о борьбе с «логоцентризмом» – первичностью слова, текста над образом, изображением [4, с. 19]. Развитие фотографии, в том числе фотографии в средствах массовой информации, позволило визуальному играть более значительную роль в процессе передачи смыслов, чем раньше [5, с. 250]. Визуальные средства очень широко распространены в интернете, они являют-



ся его частью. Использование визуальных элементов повышает заинтересованность и вовлечённость аудитории [6, с. 124]. Однако мы согласимся с мнением В. М. Маслова, что не следует отождествлять визуальное и электронную, информационно-коммуникационную реальность, «поскольку визуальное может быть вне электронного» [7, с. 43].

Исследования феномена «визуального поворота» в средствах массовой коммуникации проводились такими авторами, как С. И. Симакова и М. В. Загидуллина [8–10]. С. И. Симакова предложила типологию видов визуальных средств, используемых в контенте веб-сайтов традиционных и новых СМИ [11, с. 227]. Поведение пользователей и потребителей медиапродукта в контексте трансформации медиасреды рассмотрено в работах А. А. Адамова [12], Д. Н. Щербакова и Н. Ю. Казаковой [13], А. С. Огнева, Э. В. Лихачевой и Л. П. Николаевой [14].

Многочисленные исследования региональных средств массовой информации, в том числе их сайтов в сети Интернет, проведённые А. А. Беляевым [15], А. П. Даниловым и М. Г. Даниловой [16], Т. Е. Тюргановой [17], И. М. Печищевым [18], В. А. Трифоновым [19], охватывают по одному изданию и не формируют целостной картины присутствия региональных печатных изданий в интернете.

Исследователями из Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова под руководством Л. Г. Свитич проведено масштабное исследование печатных изданий в медиасистемах российских городов-миллионников, однако интернет-сайты изданий в данном исследовании подробно не рассматривались [20–22].

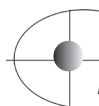
Комплексный анализ стратегии региональных печатных изданий в сети проводится в работах А. А. Градюшко [23–25], но основывается на материалах средств массовой информации Беларуси.

Основной аудиторией интернета, наиболее активно участвующей в процессе построения цифрового общества в стране, является молодёжь. Современной молодёжи присущи такие особенности, как сильное стремление к получению новых, ярких и разнообразных впечатлений и высокий уровень экологической, гражданской и политической активности [26, с. 126]. При этом, говоря о людях, родившихся после 2000 г., исследователи всё чаще упоминают поня-

тие «цифровая молодёжь», имея в виду их широчайшую вовлечённость в цифровое пространство и отмечая то, что традиционные средства массовой информации уже не способны удовлетворить медиазапросы «цифровой молодёжи», так как слишком сосредоточены на институциональной стороне общества, что отпугивает молодых людей [27, с. 220]. Определённую трудность в подаче материала создаёт также так называемое «клиповое мышление», являющееся характерной чертой современных молодых людей, – поверхностное, невдумчивое восприятие визуально привлекательных материалов, преобладание конкретного мышления над абстрактным [28, с. 67]. Молодёжь воспринимает только ту информацию, которая кажется интересной и привлекательной для неё. Это ещё более осложняет задачу традиционных СМИ, заставляя искать новые способы повышения привлекательности контента. При этом нельзя не учитывать то, что современный медиатекст является текстом креолизированным, состоящим из двух негомогенных частей: вербальной и невербальной коммуникации. Ввиду специфики восприятия современного потребителя вербальные ресурсы активно оснащаются разнообразными иконическими средствами. Аудитория предпочитает картинку слову и вербальной коммуникации доверяет значительно меньше, чем метакоммуникативным деталям, в том числе цифровой коммуникации [29, с. 36].

Говоря о привлекательности материала, стоит отметить важность и особенное значение его заголовка. Заголовок задаёт тон общения, заинтересовывая читателя или оставляя его равнодушным [30, с. 23].

При этом мы считаем необходимым соотносить привлекательность заголовка с понятием кликбейта – особой технологии, возбуждающей любопытство читателя и заставляющей перейти по предложенной ссылке, чтобы прочесть материал [31, с. 10]. В западной традиции кликбейт воспринимается как резко негативное явление, поскольку создатели таких заголовков преследуют одну цель – заманить пользователя на сайт, получить «клик», тем самым, увеличить доход [32, с. 12]. Публикации с кликбейтом в заголовке, как правило, отличаются низким качеством, не отвечают ожиданиям читателя и оставляют его разочарованным [33, с. 55]. Отечественные исследователи отмечают,



что кликбейт может быть не только «плохим», но и «хорошим» [34, с. 47]. Е. С. Кузнецов считает кликбейт ключевой технологией СМИ, подразумевая под этим понятием, по аналогии с Веб 2.0, «кликбейт 2.0 – конкретный, многообразный, не завышающий ожиданий и не вводящий в заблуждение» [35, с. 51]. Здесь речь идёт, скорее, о кликабельности, нежели о собственно кликбейте, однако средства и методы, используемые при создании кликабельных заголовков, на наш взгляд, совпадают с кликбейтными.

На основе типологии, разработанной исследователями О. Р. Самарцевым, В. М. Латенковой и Д. С. Фокиной [36, с. 160–161], нами создан категориальный аппарат, включающий в себя такие языковые средства, как указательные местоимения (это, эти); обращение к читателю на «ты» или «вы»; вопросительный и восклицательный знаки препинания; междометия и сленг; повелительное наклонение глаголов; эпитеты, фразеологизмы; списки, а также смысловую неопределённость (когда заголовок оставляет место для различных возможных предполагаемых трактовок материала). Категориальный аппарат использовался при проведении контент-анализа заголовков: заголовок кодировался как кликабельный, если в нём одновременно присутствовали по меньшей мере два языковых средства из набора средств категориального аппарата.

Методами нашего исследования стали количественный и качественный контент-анализ, сравнительный анализ и такие общенаучные методы, как индукция и синтез.

Для проведения исследования нами создана выборка публикаций, размещённых на официальных сайтах газет городов-миллионников Приволжского федерального округа: Нижнего Новгорода, Казани, Самары и Перми. Российские города-миллионники являются наиболее развитыми центрами регионов, обладающими серьёзным промышленным, техническим, человеческим капиталом. По мнению Е. Л. Вартановой, развитая медиаинфраструктура современного города предоставляет его жителям больше возможностей, чем более сложная и зависящая от экономических и технологических проблем инфраструктура негородских поселений [37, с. 12]. В мегаполисах развита культура потребления, жители, имеющие большую, по сравнению с жителями сельских территорий и малых городов, цифровую вовлечённость, активно участвуют в интернет-коммуникации. В города-миллионники активно стремится молодёжь, являющаяся ключевой аудиторией сетевых медиа.

Каждый город представлен двумя изданиями с различными типами учредителей (табл. 1). Выборка публикаций ограничена периодом размещения с марта по май 2020 г. – временем введения в России локдауна в связи с пандемией COVID-19, когда, по данным компании Mediascope, произошёл значимый прирост аудитории сети Интернет (на 11 с лишним миллионов человек больше по сравнению с тем же периодом 2019 г.)¹. Для сравнения были также отобраны публикации, размещённые на сайтах с марта по май 2019 г.

Таблица 1

Характеристика изданий

Город	Название газеты	Сайт	Учредитель	Тираж, тыс. экз.	Аудитория одного номера, тыс. чел.	Аудитория сайта, чел./день
Нижний Новгород	«Нижегородские новости»	https://nnews.nnov.ru	Правительство Нижегородской области и Законодательное Собрание Нижегородской области	7	45,9	590
	«Ленинская смена»	https://www.lensmena.ru/	ООО «ФОРМАТ 52»	15,8	23,8	594
Казань	«Республика Татарстан»	https://rt-online.ru	Правительство и Парламент Республики Татарстан	30	нет данных	2 593
	«Казанские ведомости»	https://kazved.ru/	АО «ТАТМЕДИА»	23	49,8	6 708

¹ WEB-Index: Аудитория интернета в России. Общая аудитория (февраль–апрель 2020 г.). – Текст: электронный // Mediascope. – URL: <https://webindex.mediascope.net/general-audience.html> (дата обращения: 28.10.2021); WEB-Index: Аудитория интернета в России. Архив отчётов за 2019 год. – Текст: электронный // Mediascope. – URL: https://mediascope.net/data/?FILTER_TYPE=internet.html (дата обращения: 28.10.2021).



Окончание табл. 1

Город	Название газеты	Сайт	Учредитель	Тираж, тыс. экз.	Аудитория одного номера, тыс. чел.	Аудитория сайта, чел./день
Самара	«Самарская газета»	https://sgpress.ru	Муниципальное автономное учреждение городского округа Самара «Самарская газета»	4	15,8	2 373
	«Пульс Поволжья»	https://www.province.ru/samara	ООО «Издательский дом "Провинция"»	7,5	33,7	3 056
Пермь	«Нива»	https://gazetaniva-perm.ru/	Администрация Пермского муниципального района	10	Нет данных	Нет данных
	«Звезда»	https://zvezda.su/	ООО «Онлайн-Медиа»	27,8	8,5	2 435

Публикации просматривались на предмет соответствия нескольким параметрам. Учитывалась «кликабельность» заголовка публикации, наличие в ней визуальных средств (фото или видео) помимо текста. Оценивались внешний вид и наполнение сайта в каждом месяце из указанных периодов: использовались ли средства, позволяющие проводить интерактивное взаимодействие с аудиторией (интерактивная инфографика, таймлайны), проводились ли опросы, конкурсы, прямые линии на сайтах, произошли ли какие-либо изменения в дизайне сайта, позволяющие повысить вовлечённость и интерес аудитории. Для оценки внешнего вида сайта использовались так называемые снимки (снимки экрана с работающими скриптами и полноценным функционалом, доступным на момент снятия снимка на сайте), созданные работа-

ми-краулерами Wayback Machine – сервиса цифровой библиотеки "Internet Archive".

Основные вопросы, которыми мы задавались при проведении исследования (возможно, продолжим исследовать их и в дальнейшей работе) были следующими: «Способны ли традиционные средства массовой информации сохранить свой ценностный потенциал, выходя в цифровую среду?», «Возможна ли его передача посредством современных цифровых технологий?», «Будут ли издания придерживаться традиционной редакционной политики в интернете?».

Результаты исследования и их обсуждение. В процессе работы проанализированы публикации в количестве 15 953, размещённые на официальных сайтах перечисленных изданий в периоды с марта по май 2019 г. и с марта по май 2020 г. (табл. 2 и 3).

Таблица 2

Соотношение публикаций в 2019 году

Название газеты	Всего публикаций	Из них кликабельных	Процент от общего количества
«Нижегородские новости»	2 681	28	1,044
«Ленинская смена»	292	63	21,57
«Республика Татарстан»	1 068	94	8,8
«Казанские ведомости»	1 397	248	17,75
«Самарская газета»	706	34	4,81
«Пульс Поволжья»	398	17	3,76
«Нива»	75	10	13,33
«Звезда»	1 206	25	1,66



Таблица 3

Соотношение публикаций в 2020 году

Название газеты	Всего публикаций	Из них кликабельных	Процент от общего количества
«Нижегородские новости»	2 677	95	3,55
«Ленинская смена»	285	82	28,77
«Республика Татарстан»	992	114	11,49
«Казанские ведомости»	2 528	138	5,46
«Самарская газета»	784	28	3,57
«Пульс Поволжья»	415	18	4,33
«Нива»	102	14	13,72
«Звезда»	348	20	5,75

На сайте цифровой библиотеки “Internet Archive” (Webarchive.org) содержится определённое количество снимков с сайтов выбранных нами газет (табл. 4).

Таблица 4

Снапшоты, сделанные краулерами Wayback Machine

Название газеты	2019	2020
«Нижегородские новости»	13	177
«Ленинская смена»	1	2
«Республика Татарстан»	8	271
«Казанские ведомости»	28	277
«Самарская газета»	30	303
«Пульс Поволжья»	5	5
«Нива»	3	1
«Звезда»	1	31

Перечислим изменения, обнаруженные нами на сайтах, с указанием издания.

На сайте «Нижегородские новости» в 2020 г. произошли следующие изменения: появился крупный баннер в верхней части страницы с заголовком «Всё самое главное в период COVID-19»; новинками стали инфографика в виде интерактивной карты области с указанием национальных проектов, реализуемых в каждом районе, блок «Спецпроекты» с фотографиями, а также галерея с крупными фотографиями.

«Ленинская смена» в центре страницы в 2020 г. разместила слайдер с меняющимся контентом из наиболее читаемого материала. На сайт добавлено видео.

Сайт «Республика Татарстан» в 2020 г. отличался от сайта в 2019 г. лишь наличием вкладки «Мы в соцсетях» на шапке страницы, в остальном дизайн и разметка не изменились.

На сайте «Казанские ведомости» в 2020 г. частично изменился дизайн, опробовано новое цветовое решение, добавилась панель «Главное» с фотографиями. При этом количество текста на странице не уменьшилось.

В марте-мае 2020 г. на сайте «Самарская газета» иконка со схематичным изображением Максима Горького приобрела индивидуальное средство защиты – на лицо писателя «надели» зелёную маску. На чёрном фоне панели ссылок цветом были выделены вкладки «Лучшее» (зелёным) и «Спецпроект» (красным). Сразу под панелью вкладок появился слайдер «Главная тема» с меняющимся контентом. Из подборки материалов в правой части страницы убраны «Комментарии», остались только разделы «Популярные» и «Рекомендуем».

На сайте «Пульс Поволжья» в 2020 г. в системе навигации в шапке сайта появилась кнопка красного цвета «Подписка онлайн», убрали баннер с прогнозом погоды, который в 2019 г. располагался в правом верхнем углу страницы, добавили два выделенных оранжевым цветом блока с самыми актуальными новостями. Кроме того, в 2020 г. значительно увеличился шрифт заголовков.

Сайт «Нива» в 2020 г. изменил цветовое решение – преобладающим цветом стал зелёный. В четыре раза увеличилось количество фотографий. В 2019 г. на сайте размещались в основном текстовые материалы, в настоящее время преобладают фотоматериалы.

Сайт «Звезда» в 2020 г. ни по разметке, ни по характеру материалов не отличался от образца 2019 г.

Интерактивные средства взаимодействия с пользователями представлены в



основном такими средствами, как публикуемые на сайте опросы, возможность комментирования материалов, ссылки на группы и сообщества в социальных сетях, где возможностей для интерактива гораздо больше. На большинстве сайтов сохранились или в 2020 г. появились вновь отдельные блоки с опросами, слайдеры позволяют пользователям самостоятельно делать выбор, не пролистывая страницу вниз. Инфографика и таймлайны («Нижегородские новости», «Звезда» и «Казанские ведомости») визуализируют подающуюся информацию, заинтересовывая читателя.

Исследование заголовков публикаций показало, что все издания, кроме «Казанских ведомостей» и «Самарской газеты», увеличили использование средств кликбейта в заголовочном аппарате. Снижение процента аттрактивных заголовков по отношению в остальным в отмеченных изданиях, возможно, связано с увеличением количества опубликованных в 2020 г. материалов.

Повышение числа кликабельных заголовков говорит о желании изданий увеличить охват аудитории на своих сайтах, привлечь как можно больше пользователей. При этом следует отметить, что процент использования кликабельных заголовков остаётся довольно небольшим. Издания сохраняют традиционный ценностный подход к серьёзному освещению событий.

Косвенным признаком повышения популярности сайтов может служить увеличение количества снапшотов Wayback Machine. Принцип работы роботов данного ресурса окончательно не раскрывается, но известно, что краулеры посещают сайты, исходя из количества размещённых ссылок, ведущих на данный сайт, и количества перекрёстных ссылок данного сайта с другими, учитывается и посещаемость сайта.

Все сайты, кроме «Звезды», внесли на свои страницы некоторые визуальные изменения, касающиеся размера шрифта или цветового оформления. На большинстве увеличилось количество фотографий, некоторые добавили видео. Аудиосредств не было замечено ни на одном сайте. «Самарская газета» единственная из представленных использовала такой вид материала, как таймлайн. На некоторых сайтах появилась инфографика, хотя и в самом простом варианте (карта с нанесёнными на неё точками).

Заключение. Проведённое нами исследование подтверждает гипотезу об использовании газетами на своих сайтах современных медиасредств, характерных для новых медиа. Однако следует отметить, что такое использование остаётся приемлемым с аксиологической точки зрения традиционных СМИ. Редакциям, судя по оформлению и наполнению сайтов, вполне по силам увеличить свою интернет-аудиторию посредством современных визуальных и аудиосредств, однако они используют данные средства осторожно и вдумчиво, сохраняя свои ценностные приоритеты даже в цифровой среде, что увеличивает доверие к размещённым на сайтах материалам и к самим изданиям как к источникам серьёзной информации. И хотя в конкуренции за аудиторию традиционные издания объективно вынуждены использовать новые технологии, опыт нашего анализа позволяет прогнозировать, что культурная преемственность продолжит сохраняться, поскольку самые глубинные ценности, направляющие жизнь общества, меняются крайне медленно.

Кроме того, мы отметили, что все материалы, заголовки которых имели признаки кликбейтных, были полноценными, не оставляли после прочтения разочарования или недовольства, отличались гораздо большим числом просмотров. Мы подтвердили выводы Е. С. Кузнецова о перспективности использования кликбейтных технологий [35, с. 51], а также согласны с мнением А. В. Николаевой о том, что кликбейт и кликабельность – не одно и то же, и стоит отделять «плохой» кликбейт от «хорошего» [34, с. 47].

Издания стремятся сохранить традиционную редакционную политику в сеть, поддерживая свой имидж в узнаваемом и знакомом аудитории стиле. Только две газеты из отобранных («Ленинская смена» и «Пулс Поволжья») изначально всё же имели некоторую «желтизну», в сетевых версиях остальных газет такого рода публикаций не обнаружено.

В перспективе исследование может быть продолжено в части изучения зависимости посещаемости сайтов от размещённых на них материалов и средств их оформления, а также анализа отношения аудитории к размещаемому контенту в контексте традиционных ценностей, присущих обществу. Представляется интересным сравнить подходящие друг другу по охва-



ту аудитории в сети сайты представителей традиционных и новых медиа и выявить, какими средствами они привлекают поль-

зователей, есть ли сходства или отличия в методах и приёмах повышения интереса аудитории к материалам.

Список литературы

1. Суворова А. Ю. Новые медиа: к вопросу о категориально-понятийном аппарате // Культура и цивилизация. 2017. Т. 7, № 4А. С. 735–745.
2. Ерофеева И. В. Аксиология медиатекста в российской культуре (репрезентация ценностей в журналистике начала XXI в.): автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10. СПб., 2010. 52 с.
3. Филатова И. В. Профессионально-этические ценности журналистского сообщества и ценности социальной среды СМИ. Текст: электронный // Медиаскоп. 2011. Вып. 2. URL: <http://www.mediascope.ru/pode/812> (дата обращения: 16.11.2021).
4. Ищенко Е. Н. «Визуальный поворот» в современной культуре: опыты философской рефлексии // Вестник Воронежского государственного университета. Серия «Философия». 2016. № 2. С. 16–27.
5. Маслов А. С. «Визуальный поворот» печатных СМИ: этический аспект // Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования: материалы I Междунар. науч.-практ. конф. (г. Белгород, 1–4 апр. 2014 г.) / под ред. Е. А. Кожемякина, А. В. Полонского, А. Г. Ходеева. Белгород: КОНСТАНТА, 2014. 382 с.
6. Тютикова Д. Л. Влияние визуальных элементов на зрителя в новых медиа // Новые медиа для современной молодёжи: материалы междунар. науч.-практ. конф. / под ред. Л. Е. Виноградовой, Е. Н. Туговой. СПб.: СПбГУПТД, 2019. С. 123–127.
7. Маслов В. М. Философия визуального поворота: от теории к практике // Философская мысль. 2019. № 12. С. 39–56.
8. Симакова С. И. Философско-эстетические основания визуальных практик в журналистике // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2019. № 3. С. 166–174.
9. Симакова С. И. Визуальный образ в СМИ – формирование медиаэстетики потребителя массовой информации // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2018. № 3. С. 83–92.
10. Загидуллина М. В. Публицистика 2.0: к определению понятия // Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. 2018. Т. 15, вып. 2. С. 220–235. DOI: 10.21638/11701/spbu09.2018.206.
11. Симакова С. И. Визуальный поворот – новая философия образа в средствах массовой коммуникации // Вестник Челябинского государственного университета. 2018. № 10. С. 225–232.
12. Адамов А. А. Пользователь в контексте трансформации визуального образа медиасреды // Вестник Белорусского государственного университета культуры и искусств. 2021. № 1. С. 28–34.
13. Щербаков Д. Н., Казакова Н. Ю. Изменение поведенческих аспектов потребителей контента в 2020 году. Новые требования к построению визуально-информационных сообщений // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА. 2020. № 3–2. С. 225–235.
14. Огнев А. С., Лихачева Э. В., Николаева Л. П. Особенности восприятия молодёжью цифрового информационного контента // Человеческий капитал. 2019. № 12-2. С. 510–515.
15. Беляев А. А. Дизайн-модель интернет-версии как результат трансформации модели печатного издания (на материале российских СМИ) // Вестник Московского университета. Серия 10. «Журналистика». 2008. № 2. С. 52–62.
16. Данилов А. П., Данилова М. Г. Пресса Чувашии в интернете // Вестник Челябинского государственного университета. 2015. № 5. С. 314–319.
17. Тюрганова Т. Е. Мультимедийные возможности медиатекста в печатном медиадискурсе: на материале газеты «Деловой Бийск» // Матрица научного познания. 2020. № 5. С. 299–303.
18. Печищев И. М. «Районки» онлайн: анализ присутствия районных СМИ Пермского края в интернете // Профессиональная культура журналиста цифровой эпохи: материалы Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием / Министерство образования и науки РФ; сост. О. Ф. Автохутдинова. Екатеринбург: Урал. федер. ун-т им. первого Президента России Б. Н. Ельцина, 2017. С. 67–70.
19. Трифонов В. А. Анализ эффективности сайтов районных сми Чувашии // Актуальные проблемы прикладной и школьной информатики: материалы междунар. науч. конф. Чебоксары, 2020. С. 172–182.
20. Свитич Л. Г., Смирнова О. В., Шкондин М. В. Газеты и журналы в медиасистеме городов-миллионников: социологическое исследование // Вестник Московского университета. Серия 10. «Журналистика». 2017. № 5. С. 3–29.
21. Свитич Л. Г., Смирнова О. В., Шкондин М. В. Медиасистема городов-миллионников: методологические предпосылки исследования // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. 2017. Т. 2, № 3. С. 245–255.
22. Свитич Л. Г., Смирнова О. В., Ширяева А. А., Шкондин М. В. Тематическая модель городских газет мегаполисов (контент-аналитическое исследование) // Вопросы теории и практики журналистики. 2018. Т. 7, № 3. С. 371–393.



23. Градюшко А. А. Да будет цифра! Как меняются региональные медиа // *Беларуская думка*. 2020. № 10. С. 76–83.
24. Градюшко А. А. Печатные СМИ в цифровом мире: опыт трёх белорусских газет // *Журналистика в 2018 году: творчество, профессия, индустрия: материалы междунар. науч.-практ. конф.* М.: Факультет журналистики МГУ, 2019. С. 523–524.
25. Градюшко А. А. Трансформация журналистского контента в условиях цифровизации // *Век информации*. 2018. № 2-1. С. 245–246.
26. Осипова А. А., Абдулкадир Ю. Р. А. Виртуализация человека: влияние цифровых технологий на молодёжь // *Заметки учёного*. 2020. № 6. С. 124–130.
27. Дунас Д. В. «Цифровая молодёжь» как аудитория медиа: к постановке вопроса // *Век информации*. 2018. № 2-1. С. 219–220.
28. Купчинская М. А., Юдалевич Н. В. Клиповое мышление как феномен современного общества // *Бизнес-образование в экономике знаний*. 2019. № 3. С. 66–71.
29. Ерофеева И. В. Язык современных СМИ: проблема миромоделирования // *Гуманитарный вектор*. 2012. № 4. С. 34–41.
30. Асмус Н. Г. Прагматические особенности заголовков в политическом медиадискурсе // *Лингво-политическая персонология: дискурсивный поворот: материалы междунар. науч. конф. (г. Екатеринбург, 29–30 нояб. 2019 г.)*. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2019. 245 с.
31. Chakraborty A., Paranjape B., Kakarla S., Ganguly N. Stop Clickbait: Detecting and preventing clickbaits in online news media // *IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining (ASONAM)*. San Francisco, 2016. Pp. 9–16. DOI: 10.1109/ASONAM.2016.7752207.
32. Pengnate S. (Fone), Chen J., Young A. Effects of Clickbait Headlines on User Responses: An Empirical Investigation // *Journal of International Technology and Information Management*. 2021. Vol. 30, is. 3. Pp. 1–18.
33. Scott K. You won't believe what's in this paper! Clickbait, relevance and the curiosity gap // *Journal of Pragmatics*. 2021. No. 175. Pp. 53–66. DOI: 10.1016/j.pragma.2020.12.023.
34. Николаева А. В. Кликбейт в СМИ // *Русская речь*. 2018. № 3. С. 43–47. DOI: 10.7868/S0131611718030073.
35. Кузнецов Е. С. Эволюция кликбейта: от инструмента жёлтой прессы к ключевой технологии интернет-СМИ // *Верхневолжский филологический вестник*. 2021. № 2. С. 48–54. DOI: 10.20323/2499-9679-2021-2-25-48-54.
36. Самарцев О. Р., Латенкова В. М., Фокина Д. С. Типологические признаки кликбейта в заголовочном блоке современных масс-медиа // *Вестник Тверского государственного университета. Серия «Филология»*. 2020. № 1. С. 155–163.
37. Вартанова Е. Л. Медиа и город: об актуальных взаимовлияниях // *Медиаальманах*. 2020. № 1. С. 8–19. DOI: 10.30547/mediaalmanah.1.2020.819.

Информация об авторе

Кам Ваво Светлана Александровна, аспирант, Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского; 603022, Россия, г. Нижний Новгород, пр-т Гагарина, 23; e-mail: svetl.kam@yandex.ru; <https://orcid.org/0000-0002-5746-3263>.

Для цитирования

Кам Ваво С. А. Медиа-технологии привлечения внимания интернет-аудитории и сохранение ценностных приоритетов традиционных СМИ // *Гуманитарный вектор*. 2022. Т. 17, № 1. С. 126–137. DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-126-137.

Статья поступила в редакцию 05.12.2021; одобрена после рецензирования 12.01.2022; принята к публикации 20.01.2022.

References

1. Suvorova, A. Yu. New media: on the question of the categorical-conceptual apparatus. *Culture and Civilization*, Vol. 7, Is. 4A . pp. 735–745, 2017. (In Rus.)
2. Erofeeva, I. V. Axiology of mediatext in the Russian culture: representation of values in journalism from beginning of XXI century. *Dr. filol. sci. diss. abstr. Sankt-Peterburg*, 2010. (In Rus.)
3. Filatova, I. V. Professional and Ethical Values of the Journalistic Community and the Values of Social Environment of the Media. *Mediascope*, vol. 2, 2011. Web. 16.11.2021. <http://www.mediascope.ru/en/node/812> (In Rus.)
4. Ishchenko, E. N. The “visual turn” in contemporary culture: the philosophical analyze. *Vestnik VGU, Seria Filosofia*, no. 2, pp. 16–27, 2016. (In Rus.)



5. Maslov, A. S. "Visual turn" of print media: ethical dimension. In Kozhemyakin E. A., Polonsky A. V. and Khodeev A. G. editors The discourse of modern mass media in the perspective of theory, social practice and education. Proceedings of the 1st International Scientific and Practical Conference, BelGU, 1–4 april 2014, Belgorod: KONSTANTA. (In Rus.)
6. Tutikova, D. L. The influence of visual elements on a viewer in new media. In Vinogradova L. E., Tugolukova E. N. editors New media for modern youngers. Proceedings of International Scientific and Practical Conference, Sankt–Peterburg: SpbGUPTD, 2019: 123–127. (In Rus.)
7. Maslov, V. M. The philosophy of visual turn: from theory to practice. Philosophical thought, no. 12, pp. 39–56, 2019. (In Rus.)
8. Simakova, S. I. Philosophical and aesthetic foundations of visual practices in journalism. Sign: problematic field in mediaeducation, no. 3, pp. 166–174, 2019. (In Rus.)
9. Simakova, S. I. Visual images in the media – formation of media esthetics of the consumer of mass information, Sign: problematic field in mediaeducation, no. 3, pp. 83–92, 2018. (In Rus.)
10. Zagidullina, M. V. Journalism 2.0: Towards definition of the concept. Vestnik of Saint Petersburg University. Language and Literature, vol. 15, issue 2, pp. 220–235, 2018. DOI: 10.21638/11701/spbu09.2018.206. (In Rus.)
11. Simakova, S. I. Visual turn – new philosophy of image in means of mass communication. Bulletin of Chelyabinsk State University, Philology Sciences, Iss. 114, no. 10, pp. 225–232, 2018. (In Rus.)
12. Adamov, A. A. A user in the context of transformation of the media environment's visual image. Bulletin of Belarus state university of culture and arts, no. 1, pp. 28–34, 2021. (In Rus.)
13. Shcherbakov, D. N., Kazakova, N. Y. Shift in behavioral aspects of content consumers in the year 2020. New requirements for the development of visual informational messages. Decorative Art and environment. Gerald of the MGHPA, no. 3–2, pp. 225–235, 2020. (In Rus.)
14. Ognev, A. S., Likhacheva, E. V., Nikolaeva, L. P. Features of youth perception of digital information content. Human capital, no. 12-2, pp. 510–515, 2019. (In Rus.)
15. Belyaev, A. A. The design model of the Internet version as a result of the transformation of the print edition model. Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika, no. 2, pp. 52–62, 2008. (In Rus.)
16. Danilov, A. P., Danilova, M. G. The press of Chuvashia on the Internet Bulletin of Chelyabinsk state university, no. 5, pp. 314–319, 2015. (In Rus.)
17. Tyurganova, T. E. Multimedia capabilities of the media text in the printed media discourse: based on the material of the newspaper «Delovoy Biysk». Matricznanachnogopoznaniya, no. 5, pp. 299–303, 2020. (In Rus.)
18. Pechishchev, I. M. "Rayonki" Online: Analysis of the Presence of Regional Media of the Perm Region on the Internet .In Avtokhutdinova O. F. compiler, Professional culture of the digital age journalist journalist. Proceedings of the All-Russian Conference with international participation Yekaterinburg, May 19, 2017 / Ministry of Education and Science of the Russian Federation, Ural Federal University named after the First President of Russia B. N. Yeltsin, Department "Faculty of Journalism"; Yekaterinburg: Publishing House of the Ural University, 2017. (In Rus.)
19. Trifonov, V. A. Analysis of the effectiveness of the sites of regional mass media of Chuvashia. Actual problems of applied and school informatics. Cheboksary, 2020: 172–182. (In Rus.)
20. Svitich, L. G., Smirnova, O. V., Shkondin, M. V. Newspapers and magazines in the media system of million cities: f sociological study Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika, no. 5, pp. 3–29, 2017. (In Rus.)
21. Svitich, L. G., Smirnova, O. V., Shkondin, M. V. Mediasystem of million-plus cities: methodological prerequisites of the research. Vestnik of Volzhsky University after V. N. Tatishchev, no. 3, pp. 245–255, 2017. (In Rus.)
22. Svitich, L. G., Smirnova, O. V., Shiryayeva, A. A., Shkondin, M. V. Thematic model of city newspapers of megapolises (content-analytical study) Theoretical and Practical Issues of Journalism, no. 3, pp. 371–393, 2018. (In Rus.)
23. Hradziushka, A. A. Let's go digital! How regional media are changing. Belaruskayadumka, no. 10, pp. 76–83, 2020. (In Rus.)
24. Hradziushka, A. A. Print media in the digital world: the experience of three Belarusian newspapers. In Vartanova E. L., ZasurskyYa. N. edition Journalism in 2018: creativity, profession, industry. Proceedings of the international scientific and practical conference. Moscow, Faculty of Journalism MSU, 2019: 523–524. (In Rus.)
25. Hradziushka, A. A. Transformation of journalistic content in the conditions of digitalization The Age of Information, no. 2-1, pp. 245–246, 2018. (In Rus.)
26. Osipova, A. A., Abdulkadir, U. R. A. Human virtualization: the impact of digital technologies on young people. Scholar's Notes, no. 6, pp. 124–130, 2020. (In Rus.)
27. Dunas, D. V. "Digital youth" as the media audience: raising the question. Informationage, no. 2-1, pp. 219–220, 2018. (In Rus.)
28. Kupchinskaia, M. A., Iudalevich, N. V. Clip thinking as a phenomenon of modern society. Business education in the knowledge economy, no. 3, pp. 66–71, 2019. (In Rus.)
29. Erofeeva, I. V. The Language of Modern Mass Media: World Modeling Problem. Humanitarian vector, no. 4, pp. 34–41, 2012. (In Rus.)



30. Asmus, N. G. Pragmatic features of headings in political media discourse In N. B. Ruzhentseva edition, *Linguopolitical personology: A Discursive Turn: Proceedings of the International Scientific Conference*. (Yekaterinburg, November 29–30, 2019) / Ural State Pedagogical University; RANEPa. Yekaterinburg, 2019: pp. 22–26. (In Rus.)

31. Chakraborty, A., Paranjape, B., Kakarla, S., Ganguly, N. «Stop Clickbait: Detecting and preventing clickbaits in online news media,» 2016 IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining (ASONAM). P. 9–16. 2016. DOI: 10.1109/ASONAM.2016.7752207. (In Engl.)

32. Pengnate, S. (Fone), Chen, J., Young, A. Effects of Clickbait Headlines on User Responses: An Empirical Investigation. *Journal of International Technology and Information Management*, Iss. 3, pp. 1–18, 2021. (In Engl.)

33. Scott, K. You won't believe what's in this paper! Clickbait, relevance and the curiosity gap. *Journal of Pragmatics*, no. 175, pp. 53–66, 2021. DOI: 10.1016/j.pragma.2020.12.023. (In Engl.)

34. Nikolaeva, A. V. Clickbate in mass media. *Russian speech*, no. 3, pp. 43–47, 2018. DOI: 10.7868/S0131611718030073. (In Rus.)

35. Kuznetsov, E. S. The evolution of clickbait: from a yellow press tool to the key Internet media technology *Verhnevolzhski philological bulletin*, no. 2, pp. 48–54, 2021. DOI: 10.20323/2499-9679-2021-2-25-48-54. (In Rus.)

36. Samartsev, O. R., Latenkova, V. M., Fokina, D. S. Typological features of clickbeut in the header block of the modern media. *Bulletin of Tver State University*, no. 1, pp. 155–163, 2020. (In Rus.)

37. Vartanova, E. L. Media and the City: on the Current Interactions. *Media Almanah*, no. 1, pp. 8–19, 2020. (In Rus.)

Information about author

Kam Vavo Svetlana A., Postgraduate Student, Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod; 23 Gagarina ave., Nizhny Novgorod, 603022, Russia; e-mail: svetl.kam@yandex.ru; <https://orcid.org/0000-0002-5746-3263>.

For citation

Kam Vavo S. A. Media Technologies of Attracting the Audience's Attention on the Internet: Preserving Traditional Media's Value Priorities // *Гуманитарный вектор*. 2022. Т. 17, № 1. С. 126–137. DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-126-137.

Received: December 5, 2021; approved after reviewing January 12, 2022; accepted for publication January 20, 2022.



<http://www.zabvektor.com>

ISSN 2542-0038 (Online) ISSN 1996-7853 (Print)

Научная статья

УДК 791.61:004

DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-138-147

**Ценностные ориентиры драматургии аудиовизуальной
периодики: перенастройка научной оптики**

Ирина Николаевна Кемарская

Академия медиаиндустрии, г. Москва, Россия

ink0620@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-7593-8042>

На материалах аудиовизуальной периодики рассматривается переход к новой парадигме ценностного понимания медиапродукции цифровой эпохи. Актуальность подхода диктуется необходимостью смены художественно-эстетической оценочной парадигмы эстетики модерна, главенствовавшей на протяжении почти всего XX в., на критерии постмодерна и метамодерна. Научный акцент в статье делается на профессиональные компетенции, которые можно позиционировать как «неоцифруемые», в частности, на креативность и ценностные установки креаторов. В статье показана трансформация представлений о единичности и инновационности экранного зрелища, присущих отдельным фильмам, на дискурс в русле «драматургии серийности», характерной для ТВ и веб-документалистики, и далее, к драматургии открытых экранных поисковых процессов. Методологически смена научной оптики доказывается в ходе ревизии традиционных представлений об экранной драматургии и обоснования новых подходов к ценностному статусу аудиовизуальных зрелищ в условиях трансмедийности. В качестве универсального механизма рассмотрения драматургической структуры экранной периодики предлагается условная генеративная модель, которая может быть описана как открытая, холистическая порождающая основа конкретного аудиовизуального формата. Ценностный подход меняет методологические дискурсы оценок произведений аудиовизуальных медиа: с текстоцентричного на поликодовый, с авторско-субординационного на зрительско-ориентированный, с анализа информационного наполнения в статичном срезе отдельного выпуска на анализ целостного характера экранного произведения в динамике его развития. Результаты исследования обрисовывают новые направления исследований трансмедийных аудиовизуальных потоков, а также развивают положения о ценностных ориентирах в иерархии профессиональных компетенций медиакреаторов и могут дидактически использоваться при подготовке и переподготовке специалистов в области медиакommunikаций.

Ключевые слова: ценностный подход, драматургия, экранная периодика, формат, генеративная модель, цифровая эпоха

Original article

**Value Orientations of the Audiovisual Periodicals
Dramaturgy: Reconfiguring Scientific Optics**

Irina N. Kemarskaya

Media Industry Academy, Moscow, Russia

ink0620@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-7593-8042>

The article examines the problem of the transition to a new paradigm of media products' value understanding of audiovisual periodicals in digital age. Relevance of the approach is challenged by the necessity to change the evaluative paradigm of modern aesthetics, which dominated for almost the entire twentieth century, to the criteria of postmodern and metamodern. The article emphasizes the professional competencies that can be positioned as "non-digitizable", such as creativity and value orientation of creators. The article demonstrates the transformation of singularity and innovativeness of films to the "dramaturgy of seriality" due to TV and web documentaries, and further, to the dramaturgy of open search processes of metamodern. Methodologically, the change of scientific "optics" is proved in the course of revision of traditional screen dramaturgy replaced by the new approaches to the value status of transmedia audiovisual broadcasting. A generative format model is presented as the general-purpose mechanism of the TV and video shows dramatic structure. The value approach changes the methodological discourses of evaluating broadcasting media: from text-centric to polycode, from author's subordination to viewer's priority, from the content analysis to the dynamics of show structures. The results of the study move forward the development of professional competencies in media value chain and can be used for the training and retraining of specialists.

Keywords: value approach, dramaturgy, audiovisual periodicals, format, generative model, digital age

© Кемарская И. Н., 2022



Введение. Актуальность выбранной темы обусловлена расширяющимся расколом между практиками и теоретиками медиа в понимании ценностной составляющей экранной продукции, осознанием необходимости доказательно аргументировать, что, упрощённо говоря, считать хорошим, а что – плохим. Это проблема не вкусовая, а дискурсивная, поскольку оценки зрителей, критиков и творцов теряют общую критериальную основу, не сопрягаются друг с другом.

Трансмедийные процессы затрагивают само понимание природы экранных произведений на сломе информационных эпох. В условиях нарастающего коммуникационного изобилия попытки объяснения законов и механизмов функционирования экранных зрелищ наталкиваются на избыточные объёмы эмпирического материала, не поддающиеся привычным методам анализа. По мнению Н. В. Самутиной, «объект больше не дан нам непроблемно, объект претерпевает многочисленные изменения, объект вызывает к тому, чтобы всё поле <...> исследований заново посмотрело на себя со стороны и задало себе вопрос о степени адекватности имеющихся наборов аналитических инструментов для осмысления всего происходящего в последние два десятилетия. <...> Трансформация объекта <...> становится вызовом и важным вопросом для теорий новых медиа» [1, с. 64]. Пересмотр объекта оборачивается изменением исследовательских позиций, сущностно-значимых параметров объектов и критериев оценок. Обращение к драматургическому взгляду на экранную периодику открывает возможности апробации принципиально новых аналитических подходов и нового научного инструментария.

Понятие экранной драматургии традиционно связывают с кинематографом. Но принципы классической киносценаристики не раскрывают механизмы развития действия в произведениях той же телевизионной периодики. При переходе в другие медийные среды драматургический характер произведений снова меняется, а действие может вообще перестать быть экранным, например, разворачиваться в безэкранных мультимедийных средах¹. В условиях нарас-

¹ Например, описание беспредметного «воздушного экрана». См.: Дементьев С. А., Лямов Ю. О. Устройства на основе аэродисперсных сред // Современные проблемы развития техники, экономики и общества: материалы II Междунар. науч.-практ. очно-заочной конф. / науч. ред. А. В. Гумеров. – Уфа, 2017. – С. 60–62.

тающей цифровизации и стремительного стирания отличий между реальным и виртуальным всё большее значение обретают технологические умения креаторов, наборы их квалификационных компетенций. Но есть ряд умений, которые характеризуются как «неоцифруемые» – это способность творить и наличие у креатора ценностных установок: «Пребывание человека в виртуальном мире – одна из сложнейших чувственно-психологических инноваций, впервые возникающая в истории человечества, которая сопряжена с корректировкой представлений человека о бытии, его самоидентификации в новом мире» [2, с. 135]. Говоря о драматургии, мы говорим об инструменте реализации креативного начала. Ценностный подход необходим для выработки и отбора значимых критериальных параметров анализа.

Постановка исследуемой проблемы осложняется характерной для современных гуманитарных наук *синонимизацией* используемых понятий. Употребляя термин «драматургия» применительно к экранному зрелищу, мы этимологически опираемся в первую очередь на традиции отечественной киношколы, на классические сценарно-киноведческие работы В. К. Туркина, В. Б. Шкловского, Н. Н. Фигуровского, Г. М. Фрумкина, Л. Н. Нехорошева, С. И. Фрейлиха, на режиссёрские размышления С. М. Эйзенштейна и М. И. Ромма и других теоретиков кино². О драматургии единичного телевизионного фильма писали А. А. Пронин³, использовавший синоним «наррация», С. А. Муратов, в своё время предсказавший успех ТВ, затмивший успехи кинематографа⁴ и др. В

² См.: Туркин В. К. Драматургия кино: учеб. пособие. – 2-е изд. – М.: ВГИК, 2007. – 320 с.; Шкловский В. Б. Как писать сценарии: пособие для начинающих сценаристов с образцами сценариев разного типа. – М.; Л.: ГИХЛ, 1931; Фигуровский Н. Н. Непостижимая кинодраматургия. Советы начинающим сценаристам. – М.: ВГИК, 2009. – 76 с.; Фрумкин Г. М. Сценарное мастерство: кино – телевидение – реклама: учеб. пособие. – 3-е изд. – М.: Акад. проект, 2008. – 223 с.; Нехорошев Л. Н. Драматургия фильма. – М.: ВГИК, 2009; Фрейлих С. И. Теория кино. От Эйзенштейна до Тарковского. – 9-е изд. – М.: Акад. проект, 2018. – 508 с.; Эйзенштейн С. М. За кадром. Ключевые работы по теории кино. – М.: Акад. Проект: Гаудеамус, 2016. – 727 с.; Ромм М. И. Избранные произведения. – Т. 1. Теория. Критика. Публицистика. – М.: Искусство, 1980.

³ Пронин А. А. Mass-док: презумпция нарративности. – СПб.: Петрополис, 2017. – 242 с.

⁴ Муратов С. А. Кино как разновидность телевидения // Телевидение в поисках телевидения. Хроника авторских наблюдений / С. А. Муратов. – М.: Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова, 2001. – 280 с.



настоящее время синонимично драматургии используется термин-калька «сторителлинг» (от англ. *storytelling*), означающий привнесение сюжетных элементов в разного рода повествования, беллетризирующие тексты, в том числе и аудиовизуальные¹.

Проблема неадекватности сюжетно-поэтического подхода к анализу утилитарной в художественном плане экранной телевизионной и сетевой периодики во многом связана с различием в зрительских социальных практиках медиапотребления. Экранная периодика в своих лучших образцах может рассчитывать лишь на статус второсортного кино, безоговорочно проигрывая отдельным фильмам и в поэтике, и в информативности. Этот диссонанс заложен в инструментах кинодраматургического анализа, в традиционной опоре на сюжетную доминанту единичного экранного произведения. На это указывал Ю. М. Лотман, отмечая, что кодовая природа кинофильма «не известна аудитории до начала художественного восприятия» [3, с. 183], в то время как коды телезрелища не представляют загадки для зрителя, который *знает*, что ему покажут. Получается, что коренное отличие драматургии ТВ от драматургии кино коренится не в художественных достоинствах или недостатках экранных произведений, а в изначальной установке зрителя, считающего ценностью не новизну, а получение предвкушаемого эмоционального удовольствия. Семантический анализ экранной периодики, сводящийся к содержательно-композиционному разбору отдельных выпусков телепрограммы или веб-канала, позволяет сделать лишь статичный срез, не давая представления о производстве аудиовизуальной периодики в целом. При таком подходе исчезает и возможность структурно сравнивать отдельные программы, оказывающиеся нерелевантными, сопоставимыми объектами.

Научная новизна исследования заключается в изменении понимания парадигмальных основ аудиовизуальной периодики и обоснования их культурно-эстетической ценности с помощью инструментов экранной драматургии. Делается попытка преодолеть уже упоминавшийся разрыв между практикой аудиовизуального производства, как профессионального, так и просьюмер-

ского, – и теоретическим осмыслением происходящих перемен.

Целью работы стал поиск возможностей верифицировать с помощью драматургических инструментов произведения экранной медиапериодики транзитивного периода и подтвердить их ценностную состоятельность.

Методология и методы исследования. Мультиmodalность аудиовизуальной периодики потребовала междисциплинарного подхода к исследованию, с обращением к смежным областям медиатеоретики, таким как коммуникативистика, культурология, лингвистика, семиотика, социальная психология. Для решения научных задач в качестве методологической стратегии использовался ценностный подход, и в его русле – следующие теоретические методы: сравнительно-исторический, системно-эволюционный, сопоставительный, структурный. В качестве инструмента структурного метода применялось внеконтентное условное моделирование, обеспечивающее сравнимость и наглядность получаемых результатов.

Рабочую гипотезу исследования можно сформулировать следующим образом: *драматургический подход к произведениям аудиовизуальной периодики в условиях цифровой эпохи опирается на ценностные принципы эстетики постмодерна, признающей аксиологически значимыми критерии вариативности, серийности, мультимедийности и другие, а также – на амбивалентные колебания метамодерна, проявляющиеся в открытости, поисковом характере и принципиальной незавершённости сетевых произведений.*

Основными терминами, которыми мы оперируем в статье, являются понятия: *ценностный подход, драматургия, формат, генеративность, условное моделирование, постмодерн, метамодерн.*

К произведениям экранной периодики мы относим телевизионные передачи, повторяющиеся с определённой периодичностью в виде отдельных выпусков или сетевые интернет-каналы, видеоблоги и другие аудиовизуальные материалы, регулярно обновляемые их создателями. Признавая неразработанность понятия аудиовизуальной периодики, мы вынуждены для удобства анализа вводить временное рабочее определение термина.

¹ См., напр.: Алексеева Г. В. Научно-исследовательские традиции технологии визуального сторителлинга // Медиасреда. – 2020. – № 2. – С. 7–12.



Результаты исследования и их об- суждение следует рассматривать в каче- стве возможных направлений корректиров- ки научной «оптики»:

1. Ценностный переход от устано- вок модерна к принципам постмодерна.

В свете эстетики модерна в качестве произ- ведения искусства рассматривался индиви- дуальный продукт, единичный акт создания. В этом плане его принципам идеально отве- чали произведения кинематографа, в осо- бенности артхаусного: «Высокий модер- низм – классика XX века» [4, с. 18]. В обще- ственном сознании (как в отечественном, так и в зарубежном) установка на ценност- ный характер авангардного артхауса закрепилась достаточно прочно: «Из поколения в поколение в России складывалась склон- ность к отрицанию стандартов, к поиску не- типичных решений. Это стало неформаль- ным институтом, то есть поведенческой ха- рактеристикой большинства россиян» [5].

Модернистский дискурс воспитывал вкусы как критиков, так и публики, но зри- тельские симпатии не влияли на оценочные подходы критиков. Об этом с горечью писал В. Я. Ворошилов, создатель уникального отечественного формата телепрограммы «Что? Где? Когда?», отмечая, что сам факт многолетнего существования программы в эфире «для нашей критики, для нашего общественного мнения вроде бы и не существует вовсе. Официально этот докумен- тальный спектакль пока ещё никем не заре- гистрирован» [6, с. 5].

Легитимизация «повторительного ис- кусства», к которому, безусловно, в первую очередь относилось ТВ, началась с попыток вывода его из сферы ценностных критериев модернизма, то есть с повышения ценност- ного статуса «новой эстетики серийности». По образному выражению Умберто Эко, «нет ничего более серийного, чем рисунок на галстук, и в то же время нет ничего бо- лее индивидуализированного, чем галстук» [7, с. 65].

В противовес уникальности, краеуголь- ному понятию в модернистской конструкции, У. Эко вводил понятие «вариативности», изобретательности повторений, при котором «серия перестает быть бедным родственни- ком искусства, чтобы стать художественной формой, способной удовлетворить новую эстетическую чувствительность» [Там же, с. 70]. Исследователь развивал идею нераз-

рывности узла «схема – вариация», в кото- ром широта палитры вариаций представля- ет не меньший интерес, чем инновацион- ность схемы: «Оригинальность масс-медиа заключается в том, чтобы рассказать одну и ту же историю разными способами» [Там же, с. 55]. Ценностный статус экранной пе- риодики подкрепляют и другие значимые ка- тегории постмодернизма, такие, как *игровое начало, мозаичность, контекстуальность, коллажность, фрагментарность, изменчи- вость* и т. д.

Для понимания траектории развития экранных произведений как сетевых медиа следует рассматривать и ценностные уста- новки метамодернизма (метамодерна)¹. Это особое состояние социально-культурного пространства характеризуется колебатель- ным положением между энтропией и си- стемностью, между выраженными противо- положностями при одновременности их использования, при условии незавершённости процессов: «Наиболее отчётливое запечат- ление метамодернизм, по-видимому, нахо- дит в “неоромантической чувственности”. Во всех сферах искусства на смену отстранён- ности и злой иронии пришли искренность и открытость» [8, с. 106–107]. Парадигма ме- тамодерна исповедует путь в противовес ре- зультату, непрерывность поиска – в противо- вес резюмированию. Она оказалась вполне применима к изменчивому состоянию ин- тернет-произведений, давая возможность улавливать перспективы колебаний цифро- вого медиапространства.

2. Переход от семантических к структурно-модельным методам ана- лиза эмпирического материала. Вне ра- мок данного исследования оказываются та- кие крупные кластеры экранной периодики, как телевизионные игровые сериалы, а так- же сетевые трансмедийные периодические произведения, в том числе так называемые “storyworlds” (англ.), трансмедийные проек- ты: «Мир истории, её герои параллельно жи- вут в сериалах, фильмах, играх, книгах, ко- миксах, форумах, сайтах, музыкальных про- изведениях, да что уж там – в реальной жиз- ни, в предметах, которые нас окружают» [9]. Объектами же непосредственного рассмо- трения стали неигровая телепериодика и

¹ Концепцию метамодерна сформулировали в своём программном эссе «Заметки о метамодернизме» (2010) философы и исследователи медиа Р. Ван ден Аккер (Robin van den Akker) и Т. Вермюлен (Timotheus Vermeulen).



веб-документалистика, их условное моделирование. Отличие модельного метода от тиражирования отмечала Т. П. Ванченко: «При отсутствии подобия между моделью и оригиналом или при их полном сходстве модель не может выполнять своих функций, так как в первом случае возникают две абсолютно различные системы, а во втором – происходит обыкновенное тиражирование оригинала» [10, с. 128]. Применительно к экранной периодике имеет смысл говорить о так называемой модели *порождающего типа*, понятии, используемом Ю. М. Лотманом для описания комедии дель арте [3, с. 182], сочетающей строго заданную систему четких правил с системой открытых импровизаций. Применительно к производству экранной периодики мы называем подобную структуру *форматом* программы.

Моделирование форматной основы произведения аудиовизуальной периодики **впервые** используется применительно к выявлению драматургических механизмов, управляющих авторско-зрительскими коммуникациями. При этом само произведение рассматривается как своего рода искусственный «организм», по аналогии с идеей «сюжетного организма», предложенной американским киноведом-семиотиком С. Уортом (*Sol Worth* – англ.) в программной статье “The Development of a Semiotic of Film” (1969): «Я предпочёл “организм” “элементу”, “структуре”, “стилю” или “системе” потому, что прежде всего хочу подчеркнуть природную естественность процесса...» [11, с. 138]. В жизненных циклах формата телевизионной программы или произведения сетевой веб-документалистики «природная естественность» просматривается прежде всего в способности произведения зародиться, развиваться, самовоспроизводиться в виде потенциально бесконечного числа семантически разнообразных вариаций, с последующим финальным завершением жизненного цикла («гибелью»).

Идеи С. Уорта близки филологическим размышлениям Д. С. Лихачёва о так называемых «концептосферах» – условных пространствах мыслительных образований, естественным образом существующих в сознании каждого человека (групп людей, общества в целом). Богатство концептосферы обуславливается сословным, национальным, профессиональным, культурным, личным и другим эмпирическим опытом её но-

сителя: «Концепт не только подменяет собой значение слова и тем самым снимает разногласия, различия в понимании значения слова, чем облегчает общение, он в известной мере и расширяет значение, оставляя возможности для сотворчества, домысливания, “дофантазирования” и для эмоциональной ауры слова» [12, с. 497]. Понятие генеративной модели можно уподобить концепту, оставляющему пространство для додумывания и уточнения смыслов, при общности их понимания.

Сложность выявления форматной модели заключается в необходимости послонно редуцировать содержание отдельных выпусков, вплоть до обнажения общей структурно-драматургической конструкции. Телевидение как особое, феноменологически оформившееся медийное подпространство, предоставляет возможность детального изучения ценностных принципов генеративных форматов. Особенно наглядно двойственная природа формата, его принадлежность как креативным, так и бизнес-процессам, при пронизывающей все его составляющие зрительской ориентированности, высветилась с началом глобального медийного поворота: «Мультимедийность с её основной характеристикой – интерактивностью – всё больше нивелирует традиционную жанровую классификацию и утверждает классификацию по аудиториям» [13, с. 45].

В западной медийной культуре термин «формат» сразу стал синонимичен понятию «образца телепрограммы» (*television template* – англ.), став общеупотребительным при описании продукции медиапродукции, что неоднократно отмечал специалист в области форматного ТВ австралийский медиатеоретик А. Моран (*Albert Moran*) [14]. Ему принадлежит индустриальное определение термина: «Формат представляет собой полный пакет информации и ноу-хау, позволяющий увеличить адаптивность программы при реализации её в другом месте и в другое время» [15, с. 5]. Данная дефиниция включает в себя намёк на коммерческую тайну, окружающую успешные форматы: понятия «пакет информации» и «ноу-хау» не расшифровываются.

В основе формата лежит системная структура. Лингвисты-филологи называют такие образования «прецедентным текстом», ключевыми характеристиками которого являются «значимость, известность

(популярность) и возобновляемость» [16, с. 118]. Следует признать, что телезритель или сетевой пользователь, возвращающийся снова и снова к просмотру любимого произведения экранной периодики, признаёт *ценность* прецедентного текста, наслаждаясь его вариациями. Известность, популярность лишь подтверждают значимость формата и потенциальное богатство его воплощений.

Ещё один вариант описания ценностных характеристик зрительно-ориентированной модели повторяющегося экранного зрелища содержится в концепции Ю. Н. Арабова, которую сам он назвал *суггестивным подходом* (от англ. *suggestion* – «внушение») [17, с. 15]. Данная теория разработана применительно к блокбастерам как явлениям массового кинематографа, но по исходной модельной структуре она близка телевизионной периодике. Зритель готов воспринимать возобновляемый прецедентный текст при соблюдении трёх условий: *узнавания, доверия и субординации*.

Узнавание в теории Арабова согласуется всё с той же с идеей Д. С. Лихачёва о зрительской «концептосфере», которая обязательно должна включать встраивание увиденного в уже имеющиеся концепты: «Новое будет понято тем скорее, чем оно больше совпадает со старым» [Там же, с. 13]. Зрительское приятие (или отторжение) зрелища зависит от ценностных установок, далеко выходящих за пределы непосредственного восприятия конкретной информации. Форматы как прецедентные тексты «считываются» почти мгновенно, на эмоциональном уровне.

Доверие зрителя проистекает из привязанности зрителя к экранному герою как к интимному другу, эмпатии. Ю. Н. Арабов ещё называет это свойство «тайной исповеди», общей тайной. Доверяя образу персонажа, зритель доверяет и ситуациям, в которые тот попадает, и всей драматургии развития действия в кадре.

Субординация предполагает одностороннюю вертикальную коммуникацию автора со зрителем. В эстетике модерна это ключевой драматургический принцип, примат авторской воли, главное условие проявления творческого начала. В постмодернистских условиях классического эфирного телевидения авторы также диктуют свою волю, задавая алгоритм зрительского продвижения по пространству выпуска пе-

риодики в режиме непрерывного просмотра, «здесь и сейчас», требуя от аудитории следовать предложенным ей маршрутом. Но в случае телесмотра неоспоримая для кинопроизведения субординация зрителя нарушается драматургически: выпуск телепрограммы не завершается финалом, а демонстрирует открытость для продолжения. У. Эко называл подобный приём «неудавшимся катарсисом» [7, с. 56], «обнуляющим» финальный катарсический поворот. Необратимость достигнутых изменений, присущая классической кинодраматургии, «отменяется» применительно к периодике в связи с тем, что в следующем выпуске действие начнётся снова. При переходе аудиовизуального текста в интернет ревизии подвергается сам принцип зрительно-авторской субординации, поскольку в ходе просмотра любого сетевого текста зритель волен разрывать время, пропускать куски, осуществлять возвраты, смотреть выборочно, дробно, осуществляя процесс восприятия по своему усмотрению.

Ценностная составляющая форматно-генеративных моделей гораздо труднее поддаётся формализации по сравнению со структурными, стилистическими, индустриальными или семантическими компонентами. Но без консенсуса в области разделяемых ценностей между креаторами и потребителями экранных произведений сам акт коммуникации оказывается под вопросом. При этом приоритетом в выборе обладает зритель (пользователь): авторы лишены возможности *заставить* его потреблять информационное сообщение.

Лежащая в основе аудиовизуальной периодики форматная генеративная модель обладает ценностным статусом как в креативном, так и потребительском планах. Она демонстрирует эффективность драматургической конструкции, позволяющей не тратить творческие силы на обязательное изобретение новых сюжетных структур, а сосредоточить их на «обогащении вариаций», в частности, на поисках семантически-эксклюзивной информации. Для пользователя же форматная структура обеспечивает узнаваемость ценностно значимого информационного продукта, его отстраивание в глобальном медиапространстве, а также защиту от «информационного шума».

3. Определение ценностных характеристик драматургии аудиовизуаль-



ной периодики в условиях трансмедийности. Третьим результатом нашего исследования становятся перспективы изменения ценностных характеристик драматургии при переходе экранных медиа в цифровую среду. И здесь хотелось бы остановиться на двух наглядных примерах изменений: 1) на влиянии глобальных телеформатов (англ. *Global Formats*) и 2) веб-документалистике.

В последние десятилетия медиа-аналитики отмечают выраженный поворот исследовательского интереса к произведениям, ранее рассматривавшимся в свете сугубо экономико-индустриальном, а именно – к форматам, вовлеченным в оборот глобальной торговли (англ. *Global Format Trade*), то есть, в международный культурный трансфер. Как отмечает британский медиасоциолог Ж. Чалаби (*Jean K. Chalaby*), «форматная революция вынудила, наконец, телевидение заговорить собственным голосом и выработать только ему присущие техники и практики рассказа историй» [18, с. 8]. При этом ценностный статус глобальных форматов повышается в случае их удачной национальной адаптации, когда, по выражению того же Чалаби, «местное становится видимым, а глобальное – невидимым» [19]. Локальные аудитории оказываются вовлечены в проверку устойчивости национальных культурных традиций и приемлемости (или – неприемлемости) глобальных этических и эстетических ценностей.

Образуя поле новых исследований, глобальные ТВ-форматы демонстрируют ряд трендов, в частности, снижение роли ведущего телепрограмм и повышение статуса рядовых их участников. Такая смена ролей согласуется с массовым вхождением пользователей в Интернет в роли ведущих собственных ютуб-программ, то есть превращением их в «экранные существа», по образному выражению британского специалиста в области культурной глобализации А. Эссер (*Andrea Esser*) [20]. Профессиональные телеведущие в кадре, наоборот, теряют статус хозяина и демиурга, их сменяет множество рядовых участников, поставленных в искусственно драматизированные ситуации, примерами могут служить такие знаковые глобальные форматы, как «Голос» (*“The Voice”*). Растущее влияние получают так называемые «бессценарные» программы (*unscripted shows*), по большей части представляющие собой различные варианты реалити-шоу,

основанные на наблюдении за реакциями обычных людей в драматургических обстоятельствах неизбежности выбора.

Примерами программ подобного рода могут служить разного рода кулинарные программы, в последние годы привлекающие внимание аналитиков, например, «Адская кухня» (*“Hell’s Kitchen”*): «Становится понятным причина чрезвычайной популярности кулинарных шоу, в содержании которых есть открытое противоборство, непосредственное приготовление пищи отходит на второй план, а на авансцену выходит страсть, психологические столкновения соперников, а также драматичные конфликты единомышленников внутри команд» [21, с. 69–70].

Коммерческий международный обмен форматами демонстрирует художественную ценность заложенных в них генеративных моделей, ставших «прецедентным текстом» для множества вариативных национальных воплощений. «Научная ценность теории форматного трансфера заключается в том, что она встраивает технологию в конкретику социальной среды или системы» [22, с. 1000], – пишет финская исследовательница глобальных форматов Х. Кейнонен (*Heidi Keinonen*).

При переходе к созданию собственной аудиовизуальной периодики (видеоблога или ютуб-канала) телезритель обучается аудиовизуальной грамматике и драматургическим приемам на примерах ценностно близких ему телевизионных форматных решений. Появляясь в интернете уже в качестве автора, он оценивает не чужие усилия, а собственную креативную позицию: то есть те интерпретации, которые «генерирует сам реципиент» [23, с. 21]. Форматно-генеративная модель веб-периодики меняется по сравнению с телевизионной, но не исчезает, поскольку задачи узнавания пользователями и отстраивания новой медиапродукции не отменяются: «В случае веб-документалистики есть также особая специфика, связанная с близостью диспозиции «зритель – экран», и всеми вытекающими из неё интерактивными моментами управления темпоральностью видеоряда» [Там же, с. 22].

Заключение. Выбор канонических философско-эстетических дискурсов применительно к позиционированию экранной периодики любого рода важен для понимания общественных установок в оценке медиапродукции. Обращение к драматургическим



структурным основам аудиовизуальных произведений позволяет в новом свете взглянуть на ценностный подход к результатам творчества в области экранной периодики, переставшей быть уделом узкого профессионального сообщества, обретая силу масштабного социально-культурного явления.

Смена акцентов в ценностном позиционировании таких явлений, как неигровая ТВ-периодика, веб-периодика, мультимедийная периодика, открывает возможности по-новому оценить творческую состоятельность указанных медиапродуктов как самобытных феноменов. Условно-метафоричная переналадка научной «оптики» затрагивает в первую очередь переход с оценочных критериев характерной для XX в. эстетики модерна на категории постмодерна и метамодерна. Цивилизационную художественно-креативную ценность обретают богатство вариаций, эффективность стратегий авторско-зрительских коммуникаций, а также взгляд на произведение экранной периодики как на «искусственный организм», обладающий выраженным жизненным циклом.

Выявление драматургической основы генеративной модели произведения фор-

матной периодики открывает путь к новой научной эпистемологии, к синтезу контентно-семантических и функционально-модельных практик. Ценностный подход меняет методологические дискурсы оценок произведений аудиовизуальных медиа: с текстоцентричного на поликодовый, с авторско-субординационного на зрительско-ориентированный, со статичного анализа информационного наполнения в срезе отдельного выпуска на холистический анализ периодического произведения в динамике его развития.

Главенствующее значение ценностный подход приобретает в понимании процессов глобального культурного трансфера, сочетания новшеств и традиций, глобального и локального, национального и наднационального, в том числе – природы наднационального поликодового языка и роли визуального компонента в медиапространстве.

Результаты данного исследования могут быть использованы непосредственно в производстве аудиовизуальной периодики различной этиологии, в учебных процессах, связанных с медиакомпетенциями, а также для самообучения создателей непрофессионального веб-контента.

Список литературы

1. Самутина Н. В. Трансформация объекта как вызов науке о кино // Новое литературное обозрение. 2011. № 109. С. 62–81.
2. Уразова С. Л. Колебания медиарынка в эпоху коммуникационного изобилия // Вестник Всероссийского государственного института кинематографии. 2021. Т. 13, № 3. С. 134–137.
3. Лотман Ю. М. Структура художественного текста // Об искусстве. СПб.: Искусство-СПб, 1998. С. 14–285.
4. Маньковская Н. Б. От модернизма к постпостмодернизму via постмодернизм // Коллаж-2: социально-философский и философско-антропологический альманах. М.: ИФРАН, 1999. С. 18–25.
5. Аузан А. А., Архангельский А. Н., Лунгин П. С., Найшуль В. А. Культурные факторы модернизации. Текст: электронный // Доклад Фонда «Стратегия 2020». М.: РОССПЭН; СПб., 2011. URL: http://www.intelros.ru/pdf/kulturnye_factory_modernizacii.pdf (дата обращения: 02.12.2021).
6. Ворошилов В. Я. Феномен игры. М.: Советская Россия, 1982. 124 с.
7. Эко У. Инновация и повторение. Между эстетикой модерна и постмодерна // Философия эпохи постмодерна: сборник переводов и рефератов / под ред. А. Усмановой. Минск: Красико-Принт, 1996. С. 48–73.
8. Ермолин Е. А. Трансметареализм, постреализм, метамодернизм и трансавангард как ситуативные характеристики русского литературного процесса в начале XXI века // XV Виноградовские чтения: материалы междунар. науч.-практ. конф. / отв. ред. Н. М. Миркурбанов. М., 2019. С. 103–109.
9. Дмитриева К. Трансмедиа: один storyworld, много историй, много форм, много каналов // Broadcasting. Телевидение и радиовещание. 2014. № 8. С. 42.
10. Ванченко Т. П. О методе моделирования телепрограмм // Вестник Всероссийского государственного института кинематографии. 2013. № 15. С. 128–138.
11. Уорт С. Разработка семиотики кино // Стрoение фильма: некоторые проблемы анализа произведений экрана: сб. ст. / сост., ред. К. Разлогов. М.: Радуга, 1985. С. 134–175.
12. Лихачёв Д. С. Концептосфера русского языка // Очерки по философии художественного творчества / Д. С. Лихачёв; Российская академия наук. СПб.: БЛИЦ, 1966. С. 493–505.
13. Качкаева А. Г. Жанры и форматы современного телевидения. Последствия трансформации. // Вестник Московского университета. Серия 10. «Журналистика». 2010. № 6. С. 42–51.



14. Moran Albert. Global Television Formats: Genesis and Growth // *Critical Studies in Television*. 2013. Vol. 8, is. 2. July 1. Pp. 1–19.
15. Moran Albert, Malbon Justin. *Understanding the Global TV Format*. Bristol: Intellect, 2006. 187 p.
16. Селютин А. А. Генеративная модель речетворчества в медиасреде: прецедентный текст и его рецепция // *Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия «Гуманитарные и социальные науки»*. 2018. № 3. С. 116–123.
17. Арабов Ю. Н. *Кинематограф и теория восприятия*. М.: ВГИК, 2003. 104 с.
18. Chalaby Jean K. Here to entertain us: How TV formats changed television // *Conference, Media Mutations – 9. – Dipartimento delle Arti. Bologna: Università di Bologna, May 2017*. Pp. 1–20.
19. Chalaby Jean K. Reflection i: Transnational TV Formats: Making the Local Visible and the Global Invisible // *Critical Studies in Television*. 2013. Vol. 8, no. 2. Pp. 54–56.
20. Esser Andrea. TV Formats: history, theory, industry and audiences. Editorial // *Critical Studies in Television*, Manchester University Press. 2013. Vol. 8, no. 2. Pp. 7–16.
21. Сиухова А. М. Повседневные практики в дискурсе новых медиа (на примере кулинарных шоу) // *Наука телевидения*, 2020. № 16.1. С. 59–78.
22. Keinonen Heidi. Television Format as cultural technology transfer: importing a production format for daily drama // *Media, Culture & Society*. 2017. Vol. 39, no. 7. Pp. 995–1010.
23. Лоцманова С. Е. Тенденции развития документальных сериальных проектов для публичного видеохостинга YouTube // *Телекинет*. 2020. № 3. С. 21–28.

Сведения об авторе

Кемарская Ирина Николаевна, кандидат филологических наук, Академия медиаиндустрии; 127521, Россия, г. Москва, ул. Октябрьская, 105, корп. 2; e-mail: ink0620@gmail.com; <https://orcid.org/0000-0001-7593-8042>.

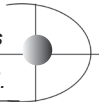
Для цитирования

Кемарская И. Н. Ценностные ориентиры драматургии аудиовизуальной периодики: перенастройка научной оптики // *Гуманитарный вектор*. 2022. Т. 17, № 1. С. 138–147 DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-138-147.

Статья поступила в редакцию 07.12.2021; одобрена после рецензирования 12.01.2022; принята к публикации 18.01.2022.

References

1. Samutina, N. V. Transformation of the object as a challenge to the science of cinema. M: *New Literary Review*, no. 109, pp. 62–81, 2011. (In Rus.)
2. Urazova, S. L. Fluctuations in the media market in the era of communication abundance. *Vestnik VGIK*, no. 3, pp. 134–137, 2021. (In Rus.)
3. Lotman, Yu. M. The structure of a literary text. Edited by Grigorieva R. G., Daniel S. M., Lotman M. Yu. *About art*. St. Petersburg: Art – SPb, 1998. (In Rus.)
4. Mankovskaya, N. B. From modernism to post-postmodernism via postmodernism. In *Collage-2: socio-philosophical and philosophical-anthropological almanac*. M: IFRAN, 1999. (In Rus.)
5. Auzan, A. A., Arkhangelsky, A. N. Lungin, P. S., Naishul, V. A. Cultural factors of modernization. Report of the Strategy 2020 Foundation. Moscow, St. Petersburg: 2011. Web. 02.12.2021. http://www.intelros.ru/pdf/kulturnye_factory_modernizacii.pdf (In Rus.)
6. Voroshilov, V.Ya. Game phenomenon. M: Soviet Russia. 1982. (In Rus.)
7. Eco, U. Innovation and repetition. Between the aesthetics of modernity and postmodernity. Edited by Usmanova, A. *Philosophy of the postmodern era*. Minsk: Krasiko-Print, 1996: 48–73. (In Rus.)
8. Yermolin, E. A. Transmetarealism, post-realism, metamodernism and transavant-garde as situational characteristics of the Russian literary process at the beginning of the 21st century. *Proceedings of the International Conference XV Vinogradov's Readings*. M: 2019: 103–109. (In Rus.)
9. Dmitrieva, K. Transmedia: one story world, many stories, many forms, many channels. *Broadcasting. Television and radio broadcasting*, no. 8, pp. 42, 2014. (In Rus.)
10. Vanchenko, T. P. On the method of modeling TV programs. *Vestnik VGIK*, no. 15, pp. 128–138, 2013. (In Rus.)
11. Worth S. The Development of a Semiotic of Film. Ed. by Razlogov K. *The structure of the film: some problems in the analysis of screen works*. M: Rainbow, 1985: 134–175. (In Rus.)
12. Likhachev, D. S. *Conceptosphere of the Russian language. Essays on the philosophy of artistic creativity*. SPb. Russian-Baltic Information Center BLITs, 1966: 493–505. (In Rus.)



13. Kachkaeva, A. G. Genres and formats of modern television. Consequences of transformation. Vestnik MSU, no. 6, pp. 42–51, 2010. (In Rus.)
14. Moran, Albert. Global Television Formats: Genesis and Growth. Critical Studies in Television, July 1, vol. 8, pp. 1–19, 2013. (In Engl.)
15. Moran, Albert, Malbon, Justin. Understanding the Global TV Format. Bristol: Intellect, 2006. (In Engl.)
16. Selyutin, A. A. Generative model of speech creation in the media environment: precedent text and its reception. Northern (Arctic) Federal University Vestnik. Humanities and social Sciences, no. 3, pp. 116–123, 2018. (In Rus.)
17. Arabov, Yu. N. Cinematography and the theory of perception. Manual. M: VGIK, 2003. (In Rus.)
18. Chalaby, Jean K. Here to entertain us: How TV formats changed television. Proceedings of the Conference, Media Mutations – 9. Dipartimento delle Arti, Università di Bologna, May 2017: 1–20. (In Engl.)
19. Chalaby, Jean K. Reflection i: Transnational TV Formats: Making the Local Visible and the Global Invisible. Critical Studies in Television, no. 2, pp. 54–56, 2013. (In Engl.)
20. Esser, Andrea. TV Formats: history, theory, industry and audiences. Editorial. Critical Studies in Television, Manchester University Press, no. 2, pp. 7–16, 2013. (In Engl.)
21. Siyukhova, A. M. Everyday practices in the discourse of new media (on the example of culinary shows). Science of Television, no. 16.1, pp. 59–78, 2020. (In Rus.)
22. Keinonen, Heidi. Television Format as cultural technology transfer: importing a production format for daily drama. Media, Culture & Society, vol. 39, pp. 995–1010, 2017. (In Engl.)
23. Lotsmanova, S. E. Trends in the development of documentary serial projects for public YouTube video hosting. Telekinet, no. 3, pp. 21–28, 2020. (In Rus.)

Information about author

Kemarskaya Irina N., Candidate of Philology, Media Industry Academy; 105 Oktyabrskaya st., b. 2, Moscow, 127521, Russia; e-mail: ink0620@gmail.com; <https://orcid.org/0000-0001-7593-8042>.

For citation

Kemarskaya I. N. Value Orientations of the Audiovisual Periodicals Dramaturgy: Reconfiguring Scientific Optics // Humanitarian Vector. 2022. Vol. 17, No. 1. PP. 138–147. DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-138-147.

Received: December 7, 2021; approved after reviewing January 12, 2022; accepted for publication January 18, 2022.



Научная статья

УДК 009

DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-148-158

Ценность коммуникации в цифровом пространстве

Камилла Ренатовна Нигматуллина*Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург, Россия*k.nigmatulina@spbu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-9146-1712>

Публикация посвящена ценностным основаниям массовой коммуникации на площадках локальных новостных медиа в социальных сетях. Актуальность работы связана с ростом аудиторий новостных медиа на цифровых площадках и необходимостью вовлечения подписчиков в жизнь сообществ на основе общих ценностей. Научная новизна выражена в анализе до сих пор не исследованного формирования локальных сообществ и их ценностей на цифровых платформах. Автором поставлен вопрос о гармонизации коммуникации на основе конструктивных ценностей, а также о ценностях самой коммуникации, поддерживающих медиа в социальных экосистемах: вовлечённость, обмен эмоциями на основе информации, простота демонстрации поддержки или неодобрения, прямая связь с лидерами мнений. Общая проблема исследования обозначена как аксиологическая амбивалентность коммуникации в цифровой среде. В работе использован систематический обзор литературы и качественное обобщение результатов предыдущих исследований автора, связанных с практикой локальных сообществ на цифровых платформах. Обзор показал наличие общих характеристик для всех полученных результатов, среди которых несбалансированность коммуникации в зависимости от региона и местной политики, а также наличие в коммуникациях негативных эмоций и фейковой информации, притом что люди склонны распространять посты негативного содержания, активно реагировать на них. Наконец, объём самой коммуникации в социальных сетях неравномерен в конкретных темах, периоды времени и для аудиторий различных регионов. Исследование показало, что ценность коммуникации в локальных медиа на цифровых платформах заключается в способности сообщений формировать объединяющие аудиторию ценности и нейтрализовать радикализирующие, формировать конструктивную дискуссию (с поиском решений для возникших конфликтов) с учётом разных ценностных оснований участников коммуникации. Ценности локальных сообществ концентрируются не только вокруг локального патриотизма, гражданского активизма и проактивности – названная триада способна гармонизовать радикализованные дискуссии на цифровых платформах.

Ключевые слова: локальные медиа, цифровая коммуникация, ценности, социальные сети, эмоции, дискуссии

Original article

The Value of Digital Communication

Kamilla R. Nigmatullina*Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia*k.nigmatulina@spbu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-9146-1712>

The publication is devoted to the value foundations of mass communication on the sites of local news media in social networks. The relevance of the work is related to the growth of news media audiences on digital platforms and the need to involve subscribers in the life of communities based on common values. Scientific novelty is expressed in the analysis of the still unexplored formation of local communities and their values on digital platforms. The author poses the question of harmonizing communication based on constructive values, as well as the values of communication itself that support media in social ecosystems: involvement, exchange of emotions based on information, ease of demonstrating support or disapproval, direct communication with opinion leaders. The general problem of the research is designated as the axiological ambivalence of communication in the digital environment. The work used a systematic review of the literature and a qualitative generalization of the results of the author's previous studies related to the practice of local communities on digital platforms. The review showed the presence of common characteristics for all the results obtained. Among them is the imbalance of communication depending on the region and local politics, as well as the presence of negative emotions and fake information in communications, while people tend to spread negative content of posts / actively react to them. Finally, the volume of communication itself on social networks is uneven in specific topics, periods of

© Нигматуллина К. Р., 2022



time and for audiences of different regions. The study showed that the value of communication in local media on digital platforms lies in the ability of messages to form values that unite the audience and neutralize radicalizing ones, to form a constructive discussion (with the search for solutions to the conflicts that have arisen), taking into account the different value foundations of the communication participants. The values of local communities are concentrated not only around local patriotism, civic activism and proactivity – the named triad is able to harmonize radicalized discussions on digital platforms.

Keywords: local media, digital communication, values, social networks, emotions, discussions

Введение. Последние десять лет развития профессиональных и любительских медиа в социальных сетях показали, что аудитория собирается вокруг цифрового сообщества не только на основе общих интересов, но и разделяемых ценностей. Исследователи считают, что объединённые ценностями сообщества могут быть более эффективными: «Группы людей могут объединяться вокруг общих интересов (скажем, клуб кулинаров или курсы кройки и шитья), но если их не объединяют общие ценности, то не будет той прочной основы, чтобы действовать сообща и достигать общих целей. Именно общие ценности позволяют действовать группе людей как сообществу»¹. Чаще всего это локальный патриотизм (если говорить о городских и районных группах); гражданский активизм (желание содействовать повышению качества и уровня жизни на своей территории); социальная ответственность (призывы к коллективному долгу и действиям). Так что можно говорить о таких доминирующих группах ценностей, как ценности места, ценности сообщества и ценности проактивности. Под этими наименованиями мы имеем в виду: 1) ценности места (пространственная идентичность, культурное наследие конкретного места, историческая память); 2) ценности сообщества (коллективная идентичность, «соседская» коммуникация, соучастие и эмпатия); 3) ценности проактивности (гражданская солидарность, содействие развитию территории и сообщества, взаимопомощь и распространение локально значимой информации).

До недавнего времени вопросам ценностей в формировании локальных сообществ на цифровых платформах не было уделено пристального внимания со стороны исследователей. Тем не менее, в ряде работ содержатся предпосылки для развития указанных автором тезисов. Например, обращаясь к категории ценностей места, можно проци-

тировать М. П. Крылова, который указывает также на понятия местного патриотизма, пространственной самоидентификации и укоренённости. Пространственная самоидентификация сопряжена с топонимикой, местный патриотизм «предполагает стремление индивидов остаться (не переезжать в другое место) для активной деятельности, однако сохраняется и в другом месте», укоренённость – «стремление остаться вообще», указывает на вписанность в местный контекст [1].

Исследуя ценности молодёжи как потребителей контента в социальных сетях, А. А. Лисенкова и А. Ю. Мельникова делают важный для нашего исследования вывод о том, что «доминирующей силой социальных сетей является самоутверждение личности с активным репрезентативным образом, включённым в различные сообщества, живущей и действующей по правилам этих групп и получающей социальное одобрение и поддержку» [2]. Здесь следует отметить характер оказания этого одобрения и поддержку – через коммуникативные акты, которые выражаются через комментарии, лайки или эмодзи, репосты, отмеченные аккаунты в публикациях, статусах, прикреплённых документах (аудио, видео, анимация, фото). Ценности проактивности также выражаются в определённых формах коммуникации, которая предполагает определённую атмосферу. Вот как об этом пишет А. В. Павлов, перечисляя характеристики «соседской» коммуникации: «Спонтанность и необязательность коммуникации, преобладание в разговорах “сетевых соседей” частных сюжетов, связанных с городской повседневностью» [3]. Таким образом, во всех трёх группах ценностей мы видим общую составляющую в виде коммуникативных характеристик.

Главной целью исследования стал поиск ценностных оснований в медиакоммуникации, направленной на формирование локальных сообществ в социальных сетях. Для её достижения решались следующие задачи: систематизированы результаты ис-

¹ Только общие ценности и доверие могут объединить людей в эффективные сообщества. – Текст: электронный // Сайт Высшей школы экономики. – URL: <https://www.hse.ru/science/news/222447671.html> (дата обращения: 01.10.2021).



следований автора в области региональных медиа и формирования локальных сообществ, определены ключевые тренды, выделены ключевые признаки ценностных оснований медиакommunikации, предложены пути гармонизации коммуникации в локальных сообществах.

Цифровые платформы создали удобную среду для декларирования ценностей и формирования ценностных дискурсов, в которой происходит объединение виртуальных сообществ и разделение между ними. Влияние на функционирование этой среды оказывают владельцы платформ, лидеры мнений, профессиональные медиа и государство. В предыдущих исследованиях автора было показано, как местная власть влияет на использование цифровых платформ локальными сообществами [4].

В целом текущие исследования локальных сообществ и локальных медиа в социальных сетях говорят о конструктивном ресурсе такой медиакommunikации и конкуренции гражданских сообществ с профессиональными СМИ [5–9]. Впрочем, эксперты указывают и на возможные деструктивные основания для объединения пользователей в сообщества: Дарья Радченко считает, что «если есть конкретная общая цель – остановить врага или, наоборот, протолкнуть инициативу, – тогда есть и шанс объединиться, но как только это пропадает, сообщество может распасться»¹. Для утверждения о деструктивности сообществ, объединённых наносящими вред убеждениями, достаточно фактов о том, что такие группы блокируются администрациями самих платформ, а также преследуются в правовом поле.

В 2020 г. в социальных сетях стали появляться публикации и сообщества противников вакцинации. Казалось бы, подобное сплочение напрямую не относится к деструктивной коммуникации, однако учёные признают, что распространение информации об угрозах часто сопряжено с фейками и мифами, которые распространители сообщений не склонны проверять². Американское исследование установило, что 65 % всех фейков о вакцинации создано 12 ин-

¹ Юртаев А. Почему ещё не поздно создать свой районный паблик. – Текст: электронный // Strelka Mag 29.05.2020. – URL: <https://strelkamag.com/ru/article/pochemu-eshyo-ne-vozhdno-sozdat-svoi-raionnyi-pablik> (дата обращения: 05.10.2021).

² Макушева М. Недоверие, или Что превращает антипрививочный миф в информационный вирус. – Текст: электронный // Ведомости. – 2020 –

дивидами, при этом 59 миллионов человек хотя бы однажды столкнулись с дезинформацией о вакцинах³. Этот актуальный пример показывает, что есть определённые различия в силе связей и коммуникации внутри сообществ, объединённых конкретными ценностями или идеями. Не до конца решены вопросы и в правовом поле, где должны начинать вмешиваться платформы и государство, если речь идёт о контенте, который угрожает здоровью или жизни. Например, в 2021 г. в России был поднят вопрос о легализации порнографии через доступ в Госуслугах⁴. Для медиаисследователей здесь закономерно возникает вопрос о гармонизации коммуникации на основе конструктивных ценностей, а также о ценностях самой коммуникации, которые поддерживают медиа в социальных экосистемах: вовлечённость, обмен эмоциями на основе информации, простота демонстрации поддержки или неодобрения, прямая связь с лидерами мнений. Общую проблему исследования мы обозначили как аксиологическую амбивалентность коммуникации в цифровой среде.

Методология и методы исследования. В работе использован систематический обзор литературы и качественное обобщение результатов предыдущих исследований автора, связанных с практикой локальных сообществ на цифровых платформах.

В основе анализа лежит понятие гармонизации медиакommunikации, под которой мы понимаем вслед за В. П. Коломийцем «выстраивание отношений путём передачи смыслов с помощью специальным образом организованных посредников» [10]. Термин «гармонизация» в нормативных документах и научной литературе обычно относится к межкультурной или межнациональной коммуникации, которая подразумевает изначальный разрыв между культурными и лингвистическими установками коммуникаторов.

13 мая. – URL: <https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2020/05/13/830189-antiprivivochnoi-mif> (дата обращения: 05.10.2021).

³ Герасюкова М. «Дезинформационная дюжина»: две трети всех фейков о вакцинах распространяют 12 человек. – Текст: электронный // Газета.ru. – 2021. – 25 окт. – URL: https://www.gazeta.ru/tech/2021/03/25/13525838/anti_vaxxers.shtml (дата обращения: 05.08.2021).

⁴ «Ъ»: доступ к порнографии предложили легализовать с помощью Госуслуг. – Текст: электронный // ТАСС. – 2021. – 16 июня. – URL: https://tass.ru/obschestvo/11663197?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&nw=1624090603000 (дата обращения: 05.10.2021).

Однако нам кажется, что термин может быть использован по отношению к любому типу коммуникации, включая медиакommunikацию, в которой может происходить разрыв между транслируемыми смыслами.

Кроме того, для нашего исследования опорной точкой стал тезис об эмоциональности коммуникации в социальных сетях, подразумевающий, что эмоции, которые вызывает сообщение, для адресата важнее вложенного смысла. Впервые это утверждение было проверено в исследовании, посвящённом русскоязычному Twitter в 2010–2011 гг., где авторы воспользовались идеей эмоциональной аргументации [11]. Было найдено как минимум три повторяющихся сценария при аргументации с использованием эмоций в этно-конфликтных дискуссиях. Одно из последних исследований Йельского университета показало, что самые популярные и вовлекающие посты в Twitter содержат радикальные заявления и вызывают возмущение аудитории¹, что в дальнейшем провоцирует авторов также пользоваться стратегией радикализации сообщений.

Перечислим кратко характеристики предыдущих исследований автора, которые легли в основу качественного метаанализа.

Первое исследование 2020 г. было посвящено критичности и самоцензуре в локальных медиа в российских регионах. Были отобраны 67 кейсов в 33 российских регионах, в соответствии с теорией «четырёх Россией» Натальи Зубаревич: 8 кейсов для «Первой России»; 20 – для «Второй России»; 36 – для «Третьей России» и 3 – для «Четвёртой России». Сначала мы проанализировали отчёты о медиаландшафтах различных регионов, что включало экономическое и цифровое развитие территории. Далее мы провели опрос местных медиа-профессионалов (73 респондента), основанный на результатах анализа отчётов. На третьем этапе были проведены глубинные интервью с экспертами (24 респондента), подтверждающие или опровергающие выводы из опросов. В результате был сделан вывод о появлении особого типа политической культуры в регионах, когда публичная коммуникация по поводу местной политики переходит в пространство социальных се-

тей и находится под постоянным мониторингом местной власти. С одной стороны, социальные сети становятся местом для свободного выражения критических воззрений, а с другой – с помощью инструментов социальных сетей эмоциональный градус критических сообщений снижается и не получает продолжения в офлайне. Концепция «четырёх Россией» в экономическом разрезе превращается в концепцию «трёх Россией» в коммуникативной парадигме: регионы, свободно критикующие политические решения, регионы, свободно критикующие политических лидеров, и регионы без запроса на критику.

Второе исследование было посвящено сценариям будущего, которые объединили пользователей социальной сети «ВКонтакте» во время первой и второй волны пандемии в России [12].

В выборку вошли 10 регионов России и их медиа в социальных сетях. Мы изучили наиболее популярные общедоступные страницы, которыми управляют профессиональные журналисты, представители местной власти и любители, а также их содержание в апреле и ноябре 2020 г., чтобы найти различия в сценариях будущего, выраженные в открытых дискуссиях. В выборку вошли 3 популярных аккаунта (по статистике социальной сети «ВКонтакте») в следующих регионах: Мордовия, Курганская область, Республика Дагестан, Владимирская область, Липецкая область, Краснодарский край, Удмуртская Республика, Астраханская область, Ямало-Ненецкий автономный округ, Екатеринбург. В каждом регионе мы выбрали либо областной центр города и его СМИ (например, Ижевск в Удмуртской Республике), либо небольшой райцентр и его СМИ (например, Рыльск Курганской области). Всего было исследовано 180 постов с комментариями к ним в 30 группах социальной сети «ВКонтакте».

Наше исследование показало, что из пяти сценариев, типичных для дискуссий в различных социальных сетях, для портала «ВКонтакте» и русскоязычной аудитории больше всего – как в апреле, так и в мае – привлекательными сценариями оказались утопичный и реалистичный. В то же время идеалистический сценарий был практически забыт, а количество пользователей, делющихся фантастическими картинками будущего, со временем немного увеличилось.

¹ Bill Hathaway. "Likes" and "shares" teach people to express more outrage online. – Текст: электронный // Yale News. – 13 авг. – 2021. – URL: <https://news.yale.edu/2021/08/13/likes-and-shares-teach-people-express-more-outrage-online> (дата обращения: 14.10.2021).



Качественный анализ дискуссий показал, что люди были более склонны усиливать страхи или нейтрализовать их через отрицание и ложные надежды и в меньшей степени – склонялись к критическому анализу или фантастическим теориям заговора. К ноябрю общий интерес к теме пандемии резко упал, но вместе с тем со временем негативный эмоциональный фон в оставшихся дискуссиях нарастал. Эмоциональные реакции на медицинских работников, которые в реальном сценарии имеют положительную коннотацию, а в остальном – отрицательную, также были неоднозначными. Агрессия комментаторов коснулась в основном чиновников, крупного бизнеса и отчасти действий врачей.

Третье исследование 2021 г. было посвящено комментариям-жалобам в социальных сетях, которые аудитория публикует под новостными сообщениями локальных медиа. Мы выбрали 30 СМИ в 10 регионах России (наиболее интересные по статистике), в каждом из них мы обнаружили по 90 постов с жалобами аудитории в ноябре 2020 и феврале 2021 года, а также по 3 эксперта в каждом регионе для интервью. Опрос провели в Новосибирске, Краснодаре, Курске, Тюмени, Самаре, Калининграде, Иркутске, Карелии, Республике Саха (Якутия), Республике Дагестан. В результате мы пришли к выводу, что и профессиональные журналисты, и медиаэксперты переоценивают роль местной власти в реагировании на жалобы в социальных сетях, представители независимых медиа переоценивают количество бот-коммуникации в комментариях, прогосударственные медиа высоко положительно оценивают эффективность работы с жалобами аудитории в социальных сетях в отличие от независимых.

Во всех трёх исследованиях в качестве платформы была выбрана социальная сеть «ВКонтакте» как самая популярная в России. Согласно статистике, в мае 2020 г. 41 369 тысяч человек ежемесячно использовали настольную и мобильную версии для общения в социальной сети¹. Однако, согласно отчёту, опубликованному в мае 2021 г. компанией Mediascope, количество посетителей немного уменьшилось и соста-

¹ Отчёт сравнения. – Текст: электронный // Webindex. – URL: <https://webindex.mediascope.net/report/general-statistics?byGeo=1&byDevice=3&byDevice=1&byDevice=2&byMonth=202005&id=16571&id=88155&id=156688&id=12808> (дата обращения: 26.10.2021).

вило 39 356 тысяч человек². Тем не менее социальная сеть «ВКонтакте» по-прежнему широко используется в России и интересна для выявления роли местных СМИ в распространении сообщений и формировании сообществ на основе разделяемых ценностей.

Обзор и качественный анализ полученных результатов были направлены на поиск возможностей для гармонизации медиакоммуникации и оценку конструктивного ценностного потенциала цифровых платформ для формирования локальных сообществ.

Результаты исследования и их об-суждение. Обзор исследований продемонстрировал наличие общих характеристик для всех полученных результатов. Во-первых, мы увидели тренд несбалансированности коммуникации в зависимости от региона и местной политики – как в публикации критических постов и комментариев, так и в выражении эмоций аудиторией. Условно говоря, существуют «спокойные» и «тревожные» регионы, в которых общий эмоциональный фон в социальных сетях предопределён совокупностью постоянных и изменяемых факторов. В настоящее время одним из значимых становится местная политика по работе с запросами граждан в социальных сетях, причём с предпочтением одной из платформ (в большинстве случаев это либо «ВКонтакте», либо Instagram, в меньшей степени «Одноклассники», Telegram и Facebook, за исключением Москвы и Санкт-Петербурга). Во-вторых, подтверждаются данные других исследований о том, что негативные эмоции и фейковая информация больше вовлекают аудиторию, а люди более склонны распространять такие посты или активнее реагировать на них. В этом смысле любая провокация или дезинформация окажется в коммуникативном преимуществе перед нейтральной и проверенной информацией. Наконец, объём самой коммуникации в социальных сетях неравномерен в конкретных темах, периоды времени и для аудиторий различных регионов. Чем больше обсуждается популярная тема, тем больше виток обсуждений и тем меньше обращений к темам, не получившим поддержку от пользователей и алгоритмов.

Обзорные итоги помещены в таблицу, где первому столбцу соответствует основной вывод каждого исследования, касающийся характера медиакоммуникации, вто-

² Там же.

рому – диалектика медиакоммуникации с точки зрения её ценности для аудитории локальных медиа в социальных сетях, третьему – предложения автора по ценностной трансформации характера медиакоммуникации для преодоления противоречий и коммуникативных разрывов. Фор-

мулируя предложения по гармонизации медиакоммуникации в социальных сетях, мы исходили из того, что единственное звено системы, которое может меняться и вносить изменения, – это профессиональные журналисты, которые работают на цифровых платформах.

Сводные результаты обзора авторских исследований за период 2020–2021 годов

<i>Эмпирический анализ и его итоги</i>	<i>Аксиологическая амбивалентность</i>	<i>Потенциал к гармонизации</i>
Регионы различаются по степени политической критики пользователями в соцсетях	Характер коммуникации и качество критики зависит от местной политики в области взаимодействия с гражданами в социальных сетях, включая политику мониторинга и реагирования на комментарии	Более активное освоение социальных платформ локальными медиа позволит создать систему сдерживающей конкуренции между профессиональными СМИ, любительскими сообществами и аккаунтами местной власти
Пользователи соцсетей активно реагируют на сообщения, вызывающие страх или провоцирующие ложные надежды	Вовлечение в дискуссии зависит от характера эмоциональной окраски сообщения, где негативные эмоции и нереалистичные факты привлекают больше внимания, чем позитивные эмоции и проверенные факты	Профессиональные медиа могут предупреждать аудиторию о возможных эмоциях, которые может вызвать контент (даже если контент не содержит открытого насилия и т. д.)
Пользователи соцсетей активнее публикуют жалобы, если на них реагируют представители власти	Интенсивность коммуникации зависит от объема реакций со стороны адресата	Профессиональные медиа регулярно и качественно работают с жалобами, создавая систему сдерживающей конкуренции с аккаунтами официальной власти

Ранее считалось, что сила локальных сообществ главным образом заключается в потенциале социальной и политической мобилизации за пределами цифровых платформ. Например, Ю. Б. Киняшева утверждает, что «при значительном потенциале социальных сетей и их недостаточном контроле со стороны органов власти может произойти дестабилизация политической системы» [13]. На наш взгляд, подобные выводы не отражают всей сложности процессов, которые затрагивают коллективные и индивидуальные ценности участников сообществ в социальных сетях, а также сложности самой медиакоммуникации. Говоря о потенциале социальных сетей для какой бы то ни было мобилизации, необходимо исследовать особенности эмоционального вовлечения пользователей и ценностной парадигмы, на основе которой они объединены. В этом смысле можно сопоставлять не сравнимые по природе категории: например, сообщества по политическим интересам могут оказаться менее вовлекающими, чем группы антипрививочников, потому что первые движимы абстрактными понятиями и коллективными ценностями, а вторые – эмоцией страха, чувством неопределённости и индивидуальными ценностями.

Для объяснения паттернов дискуссий в социальных сетях (в комментариях под публикациями новостных медиа) автор предлагает пользоваться термином «эмоциональный контекст». Ранее он употреблялся только применительно к межличностным коммуникациям. Но поскольку социальные сети представляют собой среду, в которой публичные коммуникации тесно пересекаются с межличностными, то можно говорить о специфическом эмоциональном контексте в массовой коммуникации. Распространение сообщений для массовой аудитории в социальных сетях вызывает индивидуальные реакции пользователей.

Под эмоциональным контекстом мы понимаем совокупность составляющих сообщения в медиа, которая определяет возможную реакцию аудитории. В этот контекст входят: особенности платформы для сообщения, формат сообщения, наличие авторской интерпретации, возможности выражать реакции и комментировать, информационное окружение сообщения, настройка персональной ленты пользователя, уже распространённые реакции на подобные сообщения в других аккаунтах, вирусный потенциал самого сообщения.

Наличие схожих эмоциональных реакций пользователей в итоге влияет на фор-



мирование либо устойчивого лояльного сообщества, либо устойчивого сообщества с преобладающими негативными реакциями (чаще всего – возмущение). Автор последовательно продвигает идею о том, что эмоции, которые вызывает сообщение, для адресата важнее вложенного смысла.

Уже упомянутое исследование Йельского университета показало, что самые популярные и вовлекающие посты в Twitter содержат радикальные заявления и вызывают возмущение аудитории, что в дальнейшем провоцирует авторов также пользоваться стратегией радикализации сообщений. Тенденция радикализации в целом в настоящее время является определяющей для любых социальных сетей и продиктована, в том числе, способностью конкретного эмоционального контекста вовлекать пользователей в комментирование или распространение информации. Чаще всего исследователи останавливаются на анализе радикального или экстремистского потенциала сообщений: это характерно для публикаций, посвящённых террористическим движениям и их медийному присутствию, а также движениям противников мейнстримных ценностей, которые находятся внутри правового поля.

Учёные стремятся к тому, чтобы количественными методами выявить наличие корреляций, сформировать лексические словари с индикаторами, просчитать факторную нагрузку, включая технические элементы сообщений. Например, Рауль Лара-Кабрера и соавторы предполагают, что распознанные в сообщениях индикаторы радикализма вместе с информацией о подписчиках аккаунта могут быть использованы в борьбе с реальными людьми, которые стоят за этими аккаунтами [14]. Такие прямые и практические выводы кажутся сами по себе достаточно радикальными, если не принимать во внимание качественные исследования.

До сих пор основным объяснением эмоционального контекста можно было считать теорию медиа аффекта, которая изложена, прежде всего, в работах Зизи Папахарисси [15]. Как пишут авторы монографии «Аффект и социальные сети: эмоции, посредничество, тревога и заражение», тема аффекта в социальных сетях известна уже с 2014 г. [16]. С тех пор тезис о том, что социальные сети порождают особый тип заражения и передачи информационных вирусов, кото-

рые включают настроения, эмоции и аффект, стал общеупотребительным [17]. Большая часть научных работ сосредоточилась на политических коммуникациях, где влияние на настроения людей кажется наиболее тревожным [18; 19]. В 2020 г. интерес к политической коммуникации сместился в сторону пропаганды официальной системы здравоохранения относительно вакцинирования [20; 21]. Но механизмы заражения и порождения аффекта, кажется, остались прежними. Таким образом, не только коммуникативная парадигма, но еще и характеристики самих платформ позитивно или негативно влияют на распространение эмоций через содержательные сообщения [22; 23]. В монографии Т. Сэмпсона и соавторов выведена важная категория цифровой эмоции, которой оперируют не только медиаисследователи. Многообразие подходов к аффекту в социальных медиа ещё не вылилось в общепринятую концепцию исследований именно эмоционального контекста сообщений. Российские исследователи пока не прибегают к этой теоретической рамке для обоснования своих эмпирических исследований.

Следующий важный тезис автора связан с тем, что эмоциональный контекст выстроен на конкретной ценностной парадигме и не может восприниматься как квинтэссенция чистых настроений. За любым эмоциональным посылом стоит ценностная солидарность (или конфликт). Таким образом, эмоциональный контекст служит методологической рамкой для того, чтобы поместить в неё необходимые данные о дискуссиях в социальных сетях. В результате получается комплексное понимание (на основе качественного анализа) того, что предшествует уже известным и описанным процессам: заражению, распространению вирусов, появлению радикальных дискурсов и изменению настроений по конкретным темам.

Эмоциональный контекст для локальных редакций предстаёт в виде отдельных комментариев пользователей, которые не всегда находят ответ журналистов или чиновников. Более того, в профессиональном сообществе нет единого мнения по поводу того, в каком объёме и с какой целью необходимо реагировать на эмоциональные отклики читателей. Многим медиа близка идея локального патриотизма как ценностной основы для формирования местного сообщества, однако связь ценностных убеждений и

эмоционального реагирования для журналистов всё ещё не очевидна.

Работа с комментариями читателей для российских медиа в настоящее время предстаёт как повинность и давление со стороны цифровых платформ, а также рискованная активность перед лицом контролирующего государства. Исследования паттернов эмоционального реагирования не принимаются во внимание в практической журналистской деятельности, хотя научные данные помогли бы скорректировать редакционные стратегии в сторону повышения качества эмоционального взаимодействия пользователей с контентом.

Возвращаясь к таблице с итогами предыдущих исследований, можно утверждать, что ценность коммуникации в локальных медиа на цифровых платформах заключается в способности сообщений формировать объединяющие аудиторию ценности и нейтрализовать радикализирующие, а также формировать конструктивную дискуссию (с поиском решений для возникших конфликтов) с учётом разных ценностных оснований участников коммуникации.

Заключение. Подводя итог, подчеркнём, что коммуникация в цифровом пространстве состоит из эмоционального и рационального содержания, где одинаково значимыми становятся смысл сообщения, его форма и эмоциональный контекст, вызывающий определённую реакцию аудитории. Ценность коммуникации может быть зафиксирована в том случае, если в процессе дискуссии (даже достаточно радикализованной) сообщество приходит к обоснованному набору аргументов рационального и эмоционального характера.

В современном мире аудитория локальных медиа живо реагирует на любой отклик профессиональных журналистов и представителей власти на свои сообщения и обращения. Аудитории важно получить не только набор фактов по актуальным вопросам, но, главным образом, интерпретацию этих фактов и насыщенный эмоциональный контекст по поводу сообщений. Ответственность журналиста в настоящее время заключается как в достоверности публикуемых сообщений, так и в адекватности эмоциональной составляющей интерпретируемых событий. Ценности локальных сообществ сегодня сконцентрированы не только вокруг локального патриотизма, гражданского активизма и проактивности, однако именно эта триада способна гармонизировать радикализованные дискуссии на цифровых платформах.

Таким образом, в работе найдены и сформулированы ключевые тренды формирования локальных сообществ вокруг новостных медиа в социальных сетях: влияние эмоциональных реакций пользователей на устойчивость сообщества, влияние ценностного конфликта или солидарности на общий эмоциональный контекст восприятия новостных сообщений. Возможности гармонизации медиакоммуникации связаны с редакционными стратегиями по реализации конструктивного потенциала цифровых платформ для формирования локальных сообществ. Перспективы дальнейшего изучения ценностей локальных сообществ связаны с выявлением паттернов развития конфликтных и гармоничных дискуссий с учётом их ценностных оснований.

Список литературы

1. Крылов М. П. Региональная идентичность в Европейской России. М.: Новый хронограф, 2010. 240 с. Цит. по: Пакшина И. А. Исследование городской идентичности в интернет-сообществах (по результатам качественного анализа) // Научный результат. Социология и управление. 2020. Т. 6, № 2. С. 19–35. DOI: 10.18413/2408-9338-2020-6-2-0-2.
2. Лисенкова А. А., Мельникова А. Ю. Социальные сети как фактор активного влияния на формирование ценностей молодёжи. Текст: электронный // Российский гуманитарный журнал. 2017. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-seti-kak-faktor-aktivnogo-vliyaniya-na-formirovanie-tsennostey-molodezhi> (дата обращения: 20.10.2021).
3. Павлов А. В. Локальные городские сообщества в социальных сетях: между «Соседской» и «Гражданской» коммуникацией. Текст: электронный // Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований. 2016. № 5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lokalnye-gorodskie-soobschestva-v-sotsialnyh-setyah-mezhdu-sosedskoy-i-grazhdanskoy-kommunikatsiyey> (дата обращения: 20.10.2021).
4. Litvinenko A., Nigmatullina K. Local Dimensions of Media Freedom: A Comparative Analysis of News Media Landscapes in 33 Russian Regions. *Demokratizatsiya // The Journal of Post-Soviet Democratization*. 2020. No. 28. Pp. 393–418.



5. Dovbysh O. New gatekeepers in town: How groups in social networking sites influence information flows in Russia's provinces. *Social Media + Society*. 2020. No. 7. DOI: 10.1177/205630512111013253.
6. Hujanen J., Dovbysh O., Jangdal L., Lehtisaari K. Towards (Hyper) local Media as Agents of the Local Public Sphere // A Comparison of Civic Engagement across the Global North. *Media and Communication*. 2021. No. 9. Pp. 5–15. DOI: 10.17645/mac.v9i3.3929.
7. Абашев В. В., Печищев И. М. Городские сетевые издания как агенты урбанизации. Текст: электронный // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2018. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gorodskie-setevye-izdaniya-kak-agenty-urbanizatsii> (дата обращения: 21.10.2021).
8. Градюшко А. А. Региональные медиа в цифровой среде. Минск: Звезда, 2020. 184 с.
9. Зеленцов М. В. Городские медиа: условия функционирования. Текст: электронный // Вопросы теории и практики журналистики. 2015. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gorodskie-media-usloviya-funktsionirovaniya> (дата обращения: 21.10.2021).
10. Коломиец В. П. Концептуализация медиакommunikации. Текст: электронный // Медиаскоп. 2019. Вып. 4. URL: <http://www.mediascope.ru/2575>. (дата обращения: 21.10.2021).
11. Nigmatullina K., Bodrunova S. S. Patterns of Emotional Argumentation in Twitter Discussions. B S. S. Bodrunova, & at al. // *Internet Science: INSCI 2018 International Workshops, Revised Selected Papers (Lecture Notes in Computer Science)*. Springer Nature. 2019. Vol. 11551. Pp. 72–79. DOI: 10.1007/978-3-030-17705-8_7.
12. Nigmatullina K. R., Rodosky N. A. Pandemic Discussions in VKontakte: Hopes and Fears. B *Social Computing and Social Media // Applications in Marketing, Learning, and Health (Lecture Notes in Computer Science)*. Springer Nature, 2021. Vol. 12775. Pp. 407–423. DOI: 10.1007/978-3-030-77685-5_30.
13. Княшева Ю. Б. Социальные сети как инструмент политической мобилизации граждан в современной России. Текст: электронный // Известия Тульского государственного университета. Серия «Гуманитарные науки». 2018. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-seti-kak-instrument-politicheskoy-mobilizatsii-grazhdan-v-sovremennoy-rossii> (дата обращения: 20.10.2021).
14. Lara-Cabrera R., González Pardo A., Benouaret K., Faci N., Benslimane D. and D. Camacho. Measuring the Radicalisation Risk in Social Networks // *IEEE Access*. 2017. Vol. 5. DOI: 10.1109/ACCESS.2017.2706018.
15. Papacharissi Z. *Affective Publics: Sentiment, Technology and Politics*. New York: Oxford. University Press, 2015.
16. Sampson T., Maddison S., Ellis D. (Eds.). *Affect and Social Media: Emotion, Mediation, Anxiety and Contagion. (Radical Cultural Studies)*. London: Rowman & Littlefield International, 2018.
17. Coviello L., Sohn Y., Kramer A. D. I., Marlow C., Franceschetti M. et al. Detecting Emotional Contagion in Massive Social Networks // *PLOS ONE*. 2014. Vol. 9. DOI: 10.1371/journal.pone.0090315.
18. Kahne J., Bowyer B. The Political Significance of Social Media Activity and Social Networks // *Political Communication*. 2018. Vol. 35, no. 3. Pp. 470–493. DOI: 10.1080/10584609.2018.1426662.
19. Dimitrova D. V., Matthes J. Social Media in Political Campaigning Around the World: Theoretical and Methodological Challenges // *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 2018. Vol. 95. Pp. 333–342. DOI: 10.1177/1077699018770437.
20. Prieto Curiel R., González Ramírez H. Vaccination strategies against COVID-19 and the diffusion of anti-vaccination views // *Sci Rep*. 2021. Vol. 11. DOI: 10.1038/s41598-021-85555-1.
21. Herrera-Peco I., Jiménez-Gómez B., Peña Deudero J. J., Benítez De Gracia E., Ruiz-Núñez C. Healthcare Professionals' Role in Social Media Public Health Campaigns: Analysis of Spanish Pro Vaccination Campaign on Twitter // *Healthcare*. 2021. Vol. 9. P. 662. DOI: 10.3390/healthcare9060662.
22. Wilkerson H. S., Riedl M. J., Whipple K. N. Affective Affordances: Exploring Facebook Reactions as Emotional Responses to Hyperpartisan Political News // *Digital Journalism*. 2021. Vol. 9, no. 8. Pp. 1040–1061. DOI: 10.1080/21670811.2021.1899011.
23. Park S., Sang Y., Jung J., Stroud N. J. News Engagement: The Roles of Technological Affordance, Emotion, and Social Endorsement // *Digital Journalism*. 2021. Vol. 9, no. 8. Pp. 1007–1017. DOI: 10.1080/21670811.2021.1981768.

Сведения об авторе

Нигматуллина Камилла Ренатовна, доктор политических наук, Санкт-Петербургский государственный университет; 199034, Россия, г. Санкт-Петербург, Университетская наб., 7/9; e-mail: k.nigmatulina@spbu.ru; <https://orcid.org/0000-0002-9146-1712>.

Для цитирования

Нигматуллина К. Р. Ценность коммуникации в цифровом пространстве // Гуманитарный вектор. 2022. Т. 17, № 1. С. 148–158. DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-148-158.

Статья поступила в редакцию 12.11.2021; одобрена после рецензирования 16.01.2022; принята к публикации 20.01.2022.

References

1. Krylov, M. P. Regional identity in European Russia. M.: Novyj hronograf, 2010. Cit. quoted from: Pakshina I. A. A Study of Urban Identity in Internet Communities (Based on the Results of a Qualitative Analysis). *Sociology and management*, no. 2, pp. 19–35, 2020. DOI: 10.18413/2408-9338-2020-6-2-0-2 (In Rus.)
2. Lisenkova, A. A., Melnikova, A. Yu. Social networks as a factor of active influence on the formation of youth values. *Russian humanitarian journal*, no.4, 2017. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-seti-kak-faktor-aktivnogo-vliyaniya-na-formirovanie-tsennostey-molodezhi>. Web. 20.10.2021. (In Rus.)
3. Pavlov, A. V. “Civil” communication. *Labyrinth*, no. 5, 2016. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lokalnye-gorodskie-soobschestva-v-sotsialnyh-setyah-mezhdu-sosedskoy-i-grazhdanskoj-kommunikatsiej>. Web. 20.10.2021. (In Rus.)
4. Litvinenko, A., Nigmatullina, K. Local Dimensions of Media Freedom: A Comparative Analysis of News Media Landscapes in 33 Russian Regions. *Demokratizatsiya: The Journal of Post-Soviet Democratization*, no. 28, pp. 393–418, 2020/ (In Engl.)
5. Dovbysh, O. New gatekeepers in town: How groups in social networking sites influence information flows in Russia’s provinces. *Social Media + Society*, no. 7, 2020. <https://doi.org/10.1177/20563051211013253>. (In Engl.)
6. Hujanen, J., Dovbysh, O., Jangdal, L., Lehtisaari, K. Towards (Hyper)local Media as Agents of the Local Public Sphere: A Comparison of Civic Engagement across the Global North. *Media and Communication*, no. 9, pp. 5–15, 2021. <https://doi.org/10.17645/mac.v9i3.3929>. (In Engl.)
7. Abashev, V. V., Pechishchev, I. M. City network publications as agents of urbanization. Sign: problematic field of media education, no. 4, 2018. Web. 21.10.2021. <https://cyberleninka.ru/article/n/gorodskie-setevye-izdaniya-kak-agenty-urbanizatsii>. (In Rus.)
8. Gradyushko, A. A. Regional media in the digital environment. Minsk: Zvjazda, 2020. (In Rus.)
9. Zelentsov, M. V. Urban media: conditions of functioning. *Questions of the theory and practice of journalism*, no. 3, 2015. Web. 21.10.2021. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gorodskie-media-usloviya-funktsionirovaniya>. (In Rus.)
10. Kolomiets, V. P. Conceptualizing media communication. *Mediascope*, no. 4, 2019. Web. 21.10.2021. URL: <http://www.mediascope.ru/2575>. (In Rus.)
11. Nigmatullina, K., Bodrunova, S. S. Patterns of Emotional Argumentation in Twitter Discussions. In S. S. Bodrunova, & al. *Internet Science: INSCI 2018 International Workshops, Revised Selected Papers (Lecture Notes in Computer Science; T. 11551)*. Springer Nature, 2019: 72–79. https://doi.org/10.1007/978-3-030-17705-8_7. (In Engl.)
12. Nigmatullina, K. R., Rodosky, N. A. Pandemic Discussions in VKontakte: Hopes and Fears. *B Social Computing and Social Media: Applications in Marketing, Learning, and Health (Lecture Notes in Computer Science; T. 12775)*. Springer Nature, 2021: 407–423. https://doi.org/10.1007/978-3-030-77685-5_30. (In Engl.)
13. Kinyasheva, Yu. B. Social networks as a tool for political mobilization of citizens in modern Russia. *News of TulGU*, no. 3, 2018. Web. 20.10.2021. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-seti-kak-instrument-politicheskoy-mobilizatsii-grazhdan-v-sovremennoy-rossii>. (In Rus.)
14. Lara-Cabrera, R., González, Pardo A., Benouaret, K., Faci, N., Benslimane, D. and D. Camacho. Measuring the Radicalisation Risk in Social Networks. *IEEE Access*, vol. 5, 2017. DOI: 10.1109/ACCESS.2017.2706018. (In Engl.)
15. Papacharissi, Z. *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics*, New York: Oxford. University Press, 2015. (In Engl.)
16. Sampson, T., Maddison, S., Ellis D. (Eds.) *Affect and Social Media: Emotion, Mediation, Anxiety and Contagion. (Radical Cultural Studies)*. Rowman & Littlefield International, 2018. (In Engl.)
17. Coviello, L., Sohn, Y., Kramer, A. D. I., Marlow, C., Franceschetti, M, et al. Detecting Emotional Contagion in Massive Social Networks. *PLOS ONE*, vol. 9, pp. e90315, 2014. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0090315>. (In Engl.)
18. Kahne, J., Bowyer, B. The Political Significance of Social Media Activity and Social Networks. *Political Communication*, vol. 35:3, pp. 470–493, 2018. DOI: 10.1080/10584609.2018.1426662. (In Engl.)
19. Dimitrova, D. V., Matthes, J. Social Media in Political Campaigning Around the World: Theoretical and Methodological Challenges. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, vol. 95, pp. 333–342, 2018. DOI: 10.1177/1077699018770437. (In Engl.)
20. Prieto, Curiel R., González, Ramírez H. Vaccination strategies against COVID-19 and the diffusion of anti-vaccination views. *Sci Rep*, vol. 11, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1038/s41598-021-85555-1>. (In Engl.)
21. Herrera-Peco, I., Jiménez-Gómez, B., Peña Deudero, J. J., Benítez De Gracia E., Ruiz-Núñez, C. Healthcare Professionals’ Role in Social Media Public Health Campaigns: Analysis of Spanish Pro Vaccination Campaign on Twitter. *Healthcare*, vol. 9, p. 662, 2021. <https://doi.org/10.3390/healthcare9060662>. (In Engl.)
22. Wilkerson, H. S., Riedl, M. J., Whipple, K. N. Affective Affordances: Exploring Facebook Reactions as Emotional Responses to Hyperpartisan Political News. *Digital Journalism*, vol. 9: 8, pp. 1040–1061, 2021. DOI: 10.1080/21670811.2021.1899011. (In Engl.)



23. Park, S., Sang, Y., Jung, J., Stroud, N. J. News Engagement: The Roles of Technological Affordance, Emotion, and Social Endorsement. *Digital Journalism*, vol. 9: 8, pp. 1007–1017, 2021. DOI: 10.1080/21670811.2021.1981768. (In Engl.)

Information about author

Nigmatullina Kamilla R., Doctor of Political Science, Saint Petersburg State University; 7/9 Universitetskaya emb., Saint Petersburg, 199034, Russia; e-mail: k.nigmatulina@spbu.ru; <https://orcid.org/0000-0002-9146-1712>.

For citation

Nigmatullina K. R. The Value of Digital Communication // *Humanitarian Vector*. 2022. Vol. 17, No. 1. PP. 148–158. DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-148-158.

Received: November 12, 2021; approved after reviewing January 16, 2022; accepted for publication January 20, 2022.

ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ СТАТЬИ

Редакция принимает **не опубликованные ранее** материалы объемом до 1 п. л. (40 000 знаков с пробелами) на русском, английском, китайском языках, выполненные в жанре научно-исследовательская статья, научный обзор, научное сообщение, рецензия. Все поступающие материалы проходят проверку на оригинальность в лицензионной программе «Антиплагиат». Оригинальность разделов «Результаты исследования», «Обсуждение результатов», «Заключение» должна быть 100 %.

Один автор в одном номере может опубликовать только одну статью.

В редакцию НЕОБХОДИМО ПРЕДСТАВИТЬ:

1. Электронный вариант статьи. В имени файла указываются фамилия автора(-ов) и название статьи.
2. Электронный вариант заполненного **лицензионного договора**.
3. **Личную карточку автора** – сведения об авторе(-ах).

Структура статьи, представляемой в редколлегию журнала

Отрасль науки. Название рубрики журнала.

Код: УДК, ORCID.

Инициалы, фамилия автора приводятся на русском и английском языках. Количество соавторов в статье может быть не более 5. При наличии соавторов первым указывается ответственный/основной автор. На русском и английском языках даётся описание вклада в исследование каждого автора (по 1 предложению).

Город, страна – на русском и английском языках.

Место работы (постоянное и при наличии – место выполнения научного проекта) – на русском и английском языках.

Почтовый адрес – на русском и английском языках.

Название статьи – на русском и английском языках строчными буквами (не заглавными). Название должно быть компактным и достаточным для понимания содержания статьи (не более 10 слов).

Аннотация: 200–250 слов на русском и английском языках. Аннотация должна отражать содержание статьи и включать **следующие блоки:**

1. Введение (актуальность, новизна, постановка проблемы, цель и гипотеза исследования).
2. Материалы и методы исследования.
3. Конкретные результаты исследования.
4. Обсуждение результатов исследования.
5. Выводы и перспективы исследования.

Аннотация не должна содержать каких-либо ссылок.

Ключевые слова или словосочетания (5–7 терминов/понятий или маркеров проблемы, отражают содержание и концепцию статьи) отделяются друг от друга запятой. Приводятся на русском и английском языках.

Основной текст статьи должен содержать следующие блоки: введение, обзор литературы, методология и методы исследования, результаты исследования, обсуждение результатов, заключение – выводы. **Название блоков выделяется полужирным шрифтом.**

Статья должна иметь внутритекстовые ссылки на цитируемые источники. Ссылки приводятся в квадратных скобках с указанием порядкового номера в списке литературы и страницы, например [1, с. 25]. Несколько источников отделяются друг от друга точкой с запятой, например [1; 3; 4].

По возможности нужно использовать **наглядный материал:** диаграммы, карты, рисунки, таблицы и др. Необходимо указывать авторство всех иконических данных, полученных из других источников (рисунки, таблицы, диаграммы и др.), сопровождая их соответствующей ссылкой и названием на русском и английском языках.

Ссылки на грант, организации и людей, оказавших финансовую поддержку в подготовке статьи, указываются в **разделе Благодарности** – на русском и английском языках.

Список литературы указывается по мере цитирования (упоминания в тексте статьи) и должен включать не менее 25 источников, включая за последние 4 года – не менее 15, иностранных – не менее 10. При наличии в источнике указывается DOI.

Учебные пособия, публицистика, архивы, справочные, словарные и законодательные материалы являются **источниками**, не входят в список литературы и выносятся в текст статьи в виде подстрочных ссылок (сноски внизу страницы). Маркер сноски – арабская цифра, нумерация – постраничная.

Список литературы оформляется согласно ГОСТу Р 7.0.5-2008. Для каждого источника обязательно указываются издательство, общее количество страниц.

Необходимо повторить русскоязычный список литературы также на английском языке, оформить **References** согласно следующим требованиям:

1. Автор/ы (транслитерация в формате BSI, BGN).
2. Название работы/ источника (перевод на английский язык).
3. Выходные данные: город, издательство, год, том, диапазон страниц (транслитерация).
4. Указание на язык источника (In Rus.)

Самоцитирование допускается в объеме не более 10 % от общего количества источников в списке литературы.

Технические параметры статьи

Рабочие языки: русский, английский, китайский.

Общие требования: формат – А4, ориентация – книжная.

Параметры страницы: верхнее и нижнее – 2 см; левое и правое – 2,5 см. Шрифт – Arial, кегль – 14, интервал – 1,5 строки. Отступ первой строки – 1,25 см. Текст – без переносов, выравнивание – по ширине. При использовании дополнительных шрифтов при наборе статьи следует представить их в редакцию. При наличии в статье других языков необходимо дублировать статью в формате PDF.

На последней странице статьи указывается, что «статья публикуется впервые», ставятся дата и ФИО автора(-ов).

Особенности набора слов, цифр, формул, единиц измерения.

Единицы измерения отделяются от символов и цифр, к которым они относятся.

Следует различать: О (буква) и 0 (ноль), 1 (единица) и I (римская единица или буква «и») и т. д. Необходимо отличать дефис (-) и тире (–).

Не следует заменять букву «ё» на «е».

Таблицы оформляются в формате Word, должны быть озаглавлены и иметь сквозную нумерацию в пределах статьи, обозначаемую арабскими цифрами, например *таблица 1*, в тексте ссылки нужно писать сокращённо, например *табл. 1*. Содержание таблиц не должно дублировать текст. Слова в таблицах следует писать полностью, переносы должны быть расставлены верно. В ячейке таблицы в конце предложения точка не ставится.

Рисунки оформляются только в чёрно-белом варианте (графики, диаграммы – формат Excel, схемы, карты, фотографии), приводятся со сквозной нумерацией (арабскими цифрами) и везде обозначаются сокращённо, например *рис. 1*. Представляются в формате jpg (разрешение – не менее 300 т/д) отдельными файлами с указанием его порядкового номера, фамилии автора(-ов) и названия статьи. Размер рисунка – 170×240 мм. Все детали рисунка при его уменьшении должны хорошо различаться. Все **подрисуночные подписи на русском и английском языках** прилагаются отдельным списком в конце статьи. Рисунки, полученные из других источников, должны сопровождаться соответствующей ссылкой.

Объём рисунков не должен превышать ¼ объёма статьи.

Материалы, не соответствующие предъявленным требованиям, к рассмотрению не принимаются.

Авторы несут полную ответственность за ссылочный аппарат, подбор и изложение фактов, представленных в статье.

Приём статей, их редакторская подготовка и публикация бесплатны для авторов.

Пакет документов, необходимый для опубликования материалов, отсылается по электронной почте: zab-nauka@mail.ru.

Почтовые расходы по пересылке авторского экземпляра журнала составляют по России – 200 р.



Адрес редакции

672007, Россия, Забайкальский край, г. Чита, ул. Бабушкина, 129

Забайкальский государственный университет

Редакция научных журналов (каб. 126).

Ответственный секретарь

Седина Елена Витальевна

e-mail: zab-nauka@mail.ru

Тел. +7 (3022) 35-24-79

MANUSCRIPT SUBMISSION PROCEDURE

The Editorial Board accepts manuscripts which **haven't been previously published**. Manuscripts prepared in Russian, English or Chinese should not exceed 40,000 characters with spaces and are to be written in the genre of research article, scientific review, scientific report, review. The sent articles are checked for originality by the anti-plagiarism software. The originality of the sections "Research Results", "Discussion of Results", "Conclusion" should be 100%.

One author can publish only one article in the issue.

Submission Package

Authors should enclose the following documents in the package:

1. Electronic copy of the article. The name of the file should contain the author's name and the title of the article.
2. Data of access and publishing agreement.
3. Information about the author.

The Structure of the Paper Submitted to the Editorial Board

Branch of science (journal section).

Code: UDK, ORCID.

Initials, author's surname (in Russian and English). The number of co-authors should not exceed 5 persons. If there is more than one author, the name of the main author should be given first. There should be information on the author's contribution in Russian and English (one sentence long).

City, country (in Russian and English).

Affiliation (place of work) in Russian and English.

Mail address.

Sources of financing (if there are any) in Russian and English.

Title of the paper in **Russian** (lowcase letters only) and **English** (in title capitalization the first and last words and all nouns, pronouns, adjectives, verbs, adverbs, verbs, and subordinate conjunctions (*if, because, as, that, etc.*) are capitalized).

Abstract (200 to 250 words) in Russian and English. The abstract should reflect the main outcomes of the research and include the following parts:

1. Introduction (relevance, novelty, problem statement, purpose and hypothesis of the research);
2. Materials and research methods;
3. Specific results of the study;
4. Discussion of the research results;
5. Conclusions and perspectives of the study.

The abstract should not contain any references.

Keywords or word combinations (5–7 terms/concepts or problem markers, reflecting the content and concept of the article, separated by a comma. They are given in Russian and English.

The main text of the article should contain the following parts: introduction, literature review, methodology and research methods, results of the study, discussion of the results, conclusion - resumes. The titles of the parts are given in bold type.

The article should have in-text references to cited works. References are given in square brackets, indicating the source number in the reference list and the page number as well, e.g. [1, p. 25]. Several sources are separated by a semicolon, e.g. [1; 3; 4].

If possible, it is necessary to use visual material: diagrams, maps, figures, tables, etc. It is necessary to indicate the authorship of all iconic data obtained from other sources (figures, tables, diagrams, etc.), accompanying them with the appropriate reference and title in Russian and English.

References to the grant, organizations and people, who provided financial support in the preparation of the article, should be indicated in the Acknowledgements section - in Russian and English.

The list of references is given as cited (mentioned in the text of the article) and should include not less than 25 sources, including the sources for the last 4 years – not less than 15, foreign ones – not less than 10. If available in the source DOI is indicated.

Textbooks, publicism, archives, reference, dictionary and legislative materials are **sources**, which are not included in the list of references but are included in the text of the article as footnotes (footnotes at the bottom of the page). The footnote marker is an Arabic numeral; the numbering is according to the page number.

The reference list should be compiled according to the Russian State Standard (GOST) R 7.0.5-2008. For each source the publisher, the total number of pages must be specified.

It is necessary to repeat the Russian-language list of references also in English, to form References according to the following requirements:

1. Author/s (transliteration in BSI, BGN format).
2. Title of the work/source (translated into English).
3. The output data: city, publisher, year, volume, page range (transliteration).
4. Indication of the source language (In Rus.).

Self-citation is allowed in the volume of not more than 10% of the total number of sources in the list of references.

Article Format Requirements

Languages of publications: Russian and English, Chinese

General requirements: Margins of the A4-size page (book orientation) should be: top and bottom – 2 cm, left and right – 2.5 cm. The main text should be Arial 14 pt with 1.5 spacing. First line indent – 1.25. The text should not include automatic hyphenation; it should be centered on the width.

If using additional fonts, consult the editor.

The last page of the manuscript should contain the note “The article is published for the first time”, the date and the author’s signature.

Words, figures, formulas, measurements

Units of measurement are repulsed from characters and numbers to which they relate.

A clear distinction should be made about o (letter) and 0 (zero), 1 (one) and I (Roman unit or the letter “I”), a hyphen (-) and a dash (–).

Don’t use letter “e” instead of “ë”.

All **tables** must be created in Word, be titled and marked with Arabic numbers (e.g. Table 1). Within the body of the text, references to tables should be abbreviated (e.g. tab. 1). The content of the table should not duplicate the text. The words in the tables should be written in full with correct hyphenation. The table cell should not include a dot at the end of the sentence.

Black-and-white drawings (graphs, diagrams – Excel format, charts, maps, photos) should have Arabic numbers, the word “figure” should be always abbreviated (e.g. fig. 1). Illustrations are submitted in jpg format (with a minimum 300 dpi resolution or higher) as separate files, indicating their number, author’s name/authors’ names and the title of the article. Image size 170×240 mm. When reducing, all details of the image should be distinguished. All captions in Russian and English are included in a separate list at the end of the article. Figures obtained from other sources should be accompanied by an appropriate reference. Figures must not exceed 1/4 length of the article text.

The articles that do not meet the above mentioned requirements will not be accepted.

The authors are fully responsible for the accuracy of quotations and references.

Payment for the author’s copy postage.

Article submission, processing and publication are free of charge.

An amount of 200 rubles is paid for postage.



The complete package should be sent to the following address:

129 Babushkina st., Chita, 672007, Russia
Transbaikal State University, Editorial Board (Room 126)

Executive Secretary

Sedina Elena V.

e-mail: zab-nauka@mail.ru

Tel. +7 (3022) 35-24-79