



**МАТЕРИАЛЫ XXVI МЕЖДУНАРОДНОЙ ЗАОЧНОЙ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ**

**В МИРЕ НАУКИ И ИСКУССТВА:
ВОПРОСЫ ФИЛОЛОГИИ,
ИСКУССТВОВЕДЕНИЯ
И КУЛЬТУРОЛОГИИ**

Новосибирск, 2013 г.

УДК 008+7.0+8
ББК 71+80+85
В59

В59 «В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии»: материалы XXVI международной заочной научно-практической конференции. (05 августа 2013 г.) — Новосибирск: Изд. «СибАК», 2013. — 136 с.

ISBN 978-5-4379-0320-9

Сборник трудов XXVI международной заочной научно-практической конференции «В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии» отражает результаты научных исследований, проведенных представителями различных школ и направлений современной филологии, искусствоведения и культурологии.

Данное издание будет полезно аспирантам, студентам, исследователям и всем интересующимся актуальным состоянием и тенденциями развития филологии, искусствоведения и культурологии.

Рецензенты:

- канд. филол. наук, Бердникова Анна Геннадьевна;
- канд. филос. наук, Карпенко Виталий Евгеньевич;
- канд. филол. наук, Мышьякова Наталья Михайловна;
- канд. филол. наук, Павловец Татьяна Владимировна;

ISBN 978-5-4379-0320-9

ББК 71+80+85

© НП «СибАК», 2013 г.

Оглавление

Секция 1. Культурология	6
1.1. Теория и история культуры	6
СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГА	6
Быстрова Ольга Андреевна	
О ВЛИЯНИИ МИФОЛОГИИ НА МОРАЛЬНОЕ	14
СОЗНАНИЕ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА	
Старостин Владимир Петрович	
1.2. Музееведение, консервация и реставрация	18
историко-культурных объектов	
ГРАФИКА НАДИ РУШЕВОЙ — УНИКАЛЬНАЯ	18
КОЛЛЕКЦИЯ В СОБРАНИИ НАЦИОНАЛЬНОГО	
МУЗЕЯ РЕСПУБЛИКИ ТЫВА	
Дыртык-оол Анна Оюновна	
СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ ФУНКЦИИ	25
СОВРЕМЕННЫХ ЧАСТНЫХ МУЗЕЕВ	
Рисенберг Ольга Феликсовна	
Секция 2. Языкознание	31
2.1. Русский язык Языки народов Российской	31
Федерации	
МУЗЫКАЛЬНОСТЬ КАК СПОСОБ ПОЭТИЧЕСКОГО	31
МЫШЛЕНИЯ БОРИСА ПАСТЕРНАКА	
Аверина Марина Анатольевна	
ПОВТОР В ОЧЕРКАХ А.И. КУПРИНА «ЛИСТРИГОНЫ»	36
Викторина Татьяна Валентиновна	
ОБРАЗОВАНИЕ СЛОЖНЫХ СЛОВ	41
В ЛАМУНХИНСКОМ ГОВОРЕ ЭВЕНОВ	
Кузьмина Раиса Петровна	
2.2. Славянские языки	46
СЕВЕРОЛЕМКОВСКИЕ ПЕРЕСЕЛЕНЧЕСКИЕ	46
ГОВОРЫ КАК ОБЪЕКТ ДИАЛЕКТОЛОГИЧЕСКИХ	
ИССЛЕДОВАНИЙ В ОТРАСЛИ ФОНЕТИКИ	
Гнатюк Мирослава Васильевна	

2.3. Германские языки	53
ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ НЕОЛОГИЗМОВ-КОМПОЗИТОВ ЛЕКСИКИ МАРКЕТИНГА СОВРЕМЕННОГО НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА Горбач Оксана Васильевна	53
ЭТИКЕТИЗАЦИЯ АМЕРИКАНСКОГО СУДЕБНОГО ДИСКУРСА Дёмкина Елена Викторовна	60
2.4. Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание	65
ЛЕКСИЧЕСКОЕ ВЫРАЖЕНИЕ КОНЦЕПТА «ЛЮБОВЬ» В РУССКИХ И АНГЛИЙСКИХ ФОЛЬКЛОРНЫХ ПЕСНЯХ Сотникова Светлана Сергеевна Салтык Алина Ивановна	65
Секция 3. Искусствоведение	74
3.1. Театральное искусство	74
АКТУАЛЬНАЯ АУДИТОРИЯ АМУРСКОГО ОБЛАСТНОГО ТЕАТРА ДРАМЫ: СТЕПЕНЬ ПРИБЛИЖЕННОСТИ И ДИАГНОСТИКА ЗРИТЕЛЬСКИХ ПОЗИЦИЙ В ОЦЕНКЕ РОЛИ ТЕАТРАЛЬНОГО ИСКУССТВА Осипова Эрика Викторовна	74
3.2. Изобразительное и декоративно- прикладное искусство и архитектура	91
ПАЙЛОУ В АРХИТЕКТУРЕ ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА Баклыская Лариса Евгеньевна	91
3.3. Техническая эстетика и дизайн	98
ИТАЛИЯ И ГЕРМАНИЯ: ДВА ДОМА ИНТЕРЬЕРНОЙ МОДЫ Азаренко Ольга Викторовна	98

Секция 4. Литературоведение	108
4.1. Русская литература	108
ПРИМЕРЫ АНТРОПОМОРФИЗМА В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ Л. УЛИЦКОЙ Магомедова Мария Васильевна	108
СУДЬБА ГЛАВНЫХ ГЕРОИНЬ ПОВЕСТИ И.С. ТУРГЕНЕВА «СТЕПНОЙ КОРОЛЬ ЛИР» АННЫ И ЕВЛАМПИИ ХАРЛОВЫХ Сабитова Наиля Санировна	117
4.2. Литература народов стран зарубежья	123
ЭЛЕКТРОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ВЫХОД ИЗ РЕАЛЬНОСТИ В РОМАНЕ У. ГИБСОНА «ГРАФ НОЛЬ» Беляева Ольга Васильевна	123
4.3. Журналистика	130
НОВЫЕ ФОРМЫ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ В МЕСТНОЙ ПЕЧАТИ Мухаметзянова Римма Равилевна	130

СЕКЦИЯ 1.

КУЛЬТУРОЛОГИЯ

1.1. ТЕОРИЯ И ИСТОРИЯ КУЛЬТУРЫ

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГА

Быстрова Ольга Андреевна

*старший преподаватель,
ФГБОУ ВПО «Тюменская государственная академия культуры,
искусств и социальных технологий»,
г. Тюмень*

E-mail: olga.bystrova.75@mail.ru

SOCIOCULTURAL ASPECTS OF MARKETING

Bystrova Olga

*senior teacher
of FSBEI HPO “Tyumen State Academy of Culture,
Art and Social Technologies”,
Tyumen*

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются социокультурные аспекты маркетинга, выраженные с позиции формирования потребительских отношений. Маркетинг предстает своеобразной наукой, способной оказать влияние на грамотный выбор желаемых предпочтений. Преобладающей позицией в данном отношении является формирование культурного восприятия у потребителей товаров и услуг.

ABSTRACT

In the article sociocultural aspects of marketing expressed from a perspective of consumer attitudes' formation are briefly reviewed.

Marketing is seen as a specific science, which can influence on an intelligent choice of desired preferences. Formation of cultural perception with consumers of goods and services possesses the dominating position thereof.

Ключевые слова: маркетинг; потребность; потребительство; теория мотивации потребностей; модель потребительского поведения; социокультурный феномен.

Keywords: marketing; a need; consumerism; theory of needs motivation; consumer behaviour model; sociocultural phenomenon.

Маркетинг — своеобразная наука для культуры, область знания со своими правилами воспроизводства культурного блага. Определяющее значение для культурологической концепции в целом является то, как понимается воспроизводство культуры. Этот аспект изучения в маркетинге может рассматриваться, как способность распространять и продвигать культурные достижения независимо от времени и места их создания. Изучая процессы, происходящие в обществе, мы каждый раз наблюдаем разнообразие маркетинговых форм, способных оказать влияние на восприятие индивидом культуры общества. Тем самым возможности маркетинга имеют фундаментальное значение для развития культуры.

Как социокультурный феномен, маркетинг опирается на сложившиеся в обществе культурные отношения, на принятые ценности и нормы между субъектами рынка. Маркетинговая деятельность вплетена в бытие культуры, в результате чего становится понятной собственно культурно-технологическая функция маркетинга, связанная с созданием востребованного блага, способного удовлетворить растущие культурные потребности общества. Сама культура служит средством удовлетворения потребностей. При этом, потребность — это необходимость в чем-либо, внутреннее обусловленное состояние человека, которое он осознает как необходимость удовлетворения. Маркетинг в данном случае может рассматриваться как внешняя детерминация (обусловленность) культуры, обеспечивающая ее развитие.

Маркетинг, понимаемый как социокультурный феномен, не может развиваться вне освоения знаний, ставших общественным достоянием. И, хотя маркетинг в строгом понимании самостоятельной наукой не является, зато может рассматриваться как область применения открытий, сделанных в других науках: экономике, психологии, социологии, антропологии. Его культурная сущность влечет за собой этическую и ценностную наполненность, что открывает новые возможности в установлении отношений между

субъектами рынка, учитывая нормы их социальной ответственности, морального и нравственного выбора, личностные аспекты принятия решений, проблемы нравственного климата в коллективе.

Маркетинг выступает как фактор регуляции общественных процессов. Он воздействует на потребности общества, становится необходимым условием рационального управления. Любая деятельность требует аргументированного маркетингового обоснования. Проявление социокультурной регуляции маркетинга осуществляется через сложившуюся систему анализа потребностей общества. Подчеркнем, что определение потребностей, того, как они изменяются — прерогатива именно маркетинга. Нужда и потребность — это ведущие категории маркетинга. При этом нужду можно рассматривать как сущность, потребность — как явление (феномен); или нужду — как содержание, потребность — как нужду, оформленную в соответствии с трансформацией норм культуры и т. д. Потребности человека связаны с его экономическими интересами, социальными запросами, традициями и личным опытом, определяющими образ жизни и мышления, ценностными ориентациями: представлениями о прекрасном и безобразном, добре и зле, порядке и хаосе, должном и недопустимом. Таким образом, можно говорить о потребностях в экономическом, социальном, социокультурном, эстетическом, этическом, правовом и идеологическом аспектах. Такой методологический подход позволяет обогатить методический арсенал маркетинга, представленный многими социальными технологиями, используемых организациями сферы культуры. Это позволяет им обеспечивать ситуацию рыночного успеха в условиях постоянно изменяющихся потребностей современного потребителя культурных благ [2, с. 60—63].

Распространение маркетинговых знаний продиктовано желанием современных предприятий, организаций разных сфер деятельности грамотно разрабатывать, производить и реализовывать те виды товаров и услуг, которые будут востребованы индивидом и обществом в целом. При этом определение их потребностей отталкивается от результатов изучения культурного восприятия таковых. Маркетинг невозможен без регулярного анализа окружающей среды. Являясь частью маркетинговой системы, среда включает две составляющие — микро и макро среду, каждая из которых наполнена субъектами или факторами, способных оказывать влияние на развитие общественных отношений.

Культурная среда с включенными в нее факторами становится практически основополагающей в системе маркетинга. На наш взгляд,

выявление потребностей индивида невозможно без определения его уровня культуры. Более того, сама среда способна оказать воздействие на деятельность любой организации, вынужденной подстраиваться под те изменения, которые могут возникнуть в обществе. В целом понятие факторов культурной среды мы находим в теории одного из основоположника маркетинга как научной дисциплины — выдающегося американского ученого Филипа Котлера. По мнению ученого, «люди растут в конкретном обществе, которое формирует их основные взгляды, ценности и нормы поведения. Почти не осознавая того, они воспринимают мировоззрение, определяющее их отношение к самим себе и взаимоотношения друг с другом... В рамках конкретного общества люди придерживаются множества взглядов и ценностей. Для них характерна высокая степень устойчивости...» [4].

Рассматривая маркетинг как философию современного бизнеса, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой маркетинга и рекламы Российского государственного гуманитарного университета Дмитрий Анатольевич Шевченко выделяет социологические основы маркетинга. По мнению ученого, «социологическая модель маркетинга базируется на предположении, что основную роль в покупательском поведении играет социальная (общественная) среда, в которой человек осуществляет свое поведение, и к которой он хотел бы принадлежать» [10]. Данное положение исследователь основывает на тезисах другого ученого — доктора философских наук, профессора, главного редактора журнала «Личность. Культура. Общество», президента Ассоциации «Междисциплинарное общество социальной теории» (г. Москва), главного научного сотрудника Института философии РАН, заместителя директора Российского института культурологии Ю.М. Резник [7, с. 18—62].

К основным факторам социальной модели маркетинга Д.А. Шевченко, так же как и Ф. Котлер, относит: культуры и субкультуры, социальные классы, референтные группы, семью, социальные роли и статусы, т.е. непосредственно те факторы, которые оказывают влияние на покупательское поведение. Саму модель покупательского поведения мы вновь можем наблюдать в качестве теоретических положений в трудах Филипа Котлера. Она действительно существует, и не только теоретически, но и практически доказано влияние факторов культурного порядка на поведение потребителей при выборе товаров или услуг, в процессе принятия ими решения о покупке/потреблении.

Согласно теории праздного класса Т. Веблена, положение, которое занимает индивид в обществе, его репутация и имидж, его моральные и нравственные принципы и другие социологические факторы могут оказывать решающее влияние на его потребительские предпочтения и запросы [3]. В рамках социологической модели маркетинга покупки, преимущественно делаются не потому, что потребности реально существуют, а потому, что они подтверждают социальный статус и положение человека в обществе. Таким образом, предложенная Т. Вебленом теория покупательского поведения показывает, что большая часть потребительских решений могут быть объяснены в терминах социального воздействия и взаимодействия, а не с точки зрения экономических выгод и затрат.

Помимо теории показного (престижного) потребления Т. Веблена были разработаны и другие теории потребления. К. Маркс выдвинул идею товарного фетишизма; немецкий социолог Г. Зиммель выдвинул ряд ключевых идей теории моды; немецкий социолог и экономист В. Зомбарт предложил концепцию роскоши; другой немецкий социолог М. Вебер сформулировал концепцию статусных групп и протестантской этики. Эти имена часто цитируются в исследованиях потребления.

Теория потребления, которая рассматривается в основе маркетинга, напрямую связана с тем, что хочет потреблять индивид или общество. Данный аспект исходит из теории потребностей, которая также рассматривается на протяжении длительного времени, начиная с XIX в. Предшественниками известной иерархии потребностей А. Маслоу были Платон, Гегель, Смит, Маркс, Энгельс. Специалист по программированию, системный аналитик, кандидат технических наук, математик С.А. Четвертаков в своей статье «Теория Маслоу. Предыстория, первый взгляд, варианты при жизни автора» рассматривает предысторию формирования теории иерархии потребностей. «Философы различных направлений равнозначно оценивали значение потребностей в отношении к активности по их удовлетворению. Потребности предшествуют активности. Чтобы понимать, к чему стремится человек, какие цели он ставит перед собой, необходимо знать, какие потребности он имеет, когда и какие потребности у него возникают (расхождения начинаются по поводу природы потребностей и свободы управлять ими и поведением)... Выдающийся русский социолог П. Сорокин на 20 лет раньше Маслоу выполнил отбор и группировку множества (многих десятков) потребностей, ... «самореализация» Герберта Спенсера — более раннее понятие, чем у Маслоу (1939 г.)» [8, с. 162].

Сам Маслоу за десять лет (1932—1943 г.г.), в режиме двух-трех статей в год, прошел путь исследователя по иерархии потребностей снизу вверх в биологическом и в социальном мире. В ряде базовых потребностей ученый выделил физиологические потребности, потребности самосохранения, социальные потребности, потребности в уважении и самоутверждении. Возникает, по мнению эксперта в области маркетинга Андрея Масюк, ошибочное мнение о «жестко фиксированной структуре потребностей», тогда как А. Маслоу писал: «...иерархия потребностей вовсе не так стабильна, как это может показаться на первый взгляд... потребности и желания человека — не единственные детерминанты его поведения» [6].

По мнению американского антрополога, культуролога Лесли Элвин Уайт (1900—1975): «Человеческое поведение, в усредненно-индивидуальном или социальном аспекте, нигде не выступает как функция организма. Человеческое поведение не варьируется в зависимости от изменений организма; оно варьируется вместе с изменениями экстрасоматического фактора культуры. Человеческое поведение — функция культуры: $V = f(C)$. Если изменяется культура, изменяется и поведение». «Поведение народа является функцией его культуры... Поток культуры течет, изменяется, растет, развивается в соответствии с присущими ему законами. Поведение человека — это только реакция человеческого организма на этот поток культуры» [11].

Теория потребностей есть основа концепции культуры функционалиста Б. Малиновского. Для выделения человека из царства животных он делит потребности на основные и производные, порожденные культурной средой. К последним относятся потребности в экономическом обмене, авторитете, социальном контроле, системе образования в каком-либо виде и т. д. Эти идеи были изложены в труде 1939 года «Функциональная теория» в разделе «Теория потребностей», развитой в «Научной теории культуры» [5, с. 158—159].

Немецкий социальный психолог, философ, психоаналитик Эрих Фромм в своей книге «Бегство от свободы» (1941 г.) исследовал сложную ситуацию, в которой оказывается человек западной культуры, где стремление к индивидуальности ведет к одиночеству, ощущению своей ничтожности и бессилия [9]. Автор пишет: «В противоположность точке зрения Фрейда анализ, предложенный в этой книге, основан на предположении, что ключевой проблемой психологии является особого рода связанность индивида с внешним миром, а не удовлетворение или фрустрация тех или иных человеческих инстинктивных потребностей. Более того, мы предполагаем,

что связь между человеком и обществом не является статичной. Нельзя представлять дело так, будто, с одной стороны, мы имеем индивида с определенным набором естественных потребностей, а с другой — отдельно и независимо от него — общество, которое эти потребности удовлетворяет или подавляет» [9]. По мнению Фромма, кроме общих для всех потребностей, обусловленных природой, существуют потребности, которые являются продуктами социального процесса, возникают в результате формирования личности. Среди них автор выделяет — «любовь или ненависть, жажда власти или тяга к подчинению, влечение к чувственному наслаждению или страх перед ним». Эрих Фромм представляет человеческую натуру как продукт культуры, поскольку «сам человек — это самое важное достижение тех непрерывных человеческих усилий, запись которых мы называем историей». Таким образом, общество осуществляет функцию созидания личности.

Согласно рассматриваемым позициям ученых, потребление является составной частью культурного процесса. Многовековые традиции культуры поведения и способы межличностного общения становятся основой для потребления культурных услуг. «Когда приоритет отдается культуре, которая не только ослабляет негативные последствия интенсивного развития производства, но и обеспечивает оптимальное соотношение экономических и духовных составляющих человеческого бытия, ... обеспечивает оптимизацию развития ближайшей социально-культурной среды обитания человека, ориентирует на сохранение и изменение основных элементов социокультурной среды в регионе...» [1, с. 4].

На наш взгляд, удовлетворение культурных потребностей находится в основе всего разнообразия общественных отношений как важнейший процесс социального обмена. Маркетинг выступает здесь формой регулирования обмена, потребления и распределения ресурсов как базовых процессов социального развития, как важнейших для общества функций, инструментом регулирования рыночных отношений как системы товарно-денежных отношений производителей и потребителей материальных и духовных благ. По мере развития человеческого общества возникает социокультурный феномен маркетинга с его основополагающим концептом, выраженным в идеях о потребителе, его нуждах и потребностях, способах удовлетворения. Зарождение экспериментальной науки с ее понятием «потребления» формирует представление о некотором воздействии на поведение людей, совокупность которых является потребительским социумом.

Теория, являющая собой основу маркетинга — это теория выбора, исходящего из принципа приоритета потребителя.

Список литературы:

1. Акулич Е.М. Региональная культурная политика как условие сохранения культурной идентичности личности жителей // Социальные вызовы модернизации регионов России: Материалы II Тюменского социального форума. — Тюмень: ТГУ, 2011. — 384 с.
2. Быстрова О.А. К вопросу о феноменальности маркетинга // Социум. Культура. Личность. Досуг: Материалы III Межд. науч. конф. — Тюмень: РИЦ ТГАКИиСТ, 2012. — 148 с.
3. Веблен Т. Теория праздного класса. — М.: Прогресс, 1984. — 367 с.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. — М.: Бизнес-книга, ИМА-Кросс. Плюс, ноябрь 1995. — 702 с.
5. Малиновский Б. Научная теория культуры. — М.: О.Г.И., 1999 — 208 с.
6. Маслоу А. Мотивация и личность. — СПб.: Питер, 2008. — 352 с.
7. Резник Ю.М. Многогранный образ человека: предпосылки построения конфигуративной модели (очерки) // Вопросы социальной теории: Научный альманах. 2010. Том IV. Человек в поисках идентичности. — М.: Ассоциация «Междисциплинарное общество социальной теории», 2010. — С. 18—62.
8. Сорокин П. Система социологии. В 2-х томах. Том 1. — М.: Наука, 1993.
9. Фромм Э. Бегство от свободы / Перевод Г.Ф. Швейника. — М.: Аст, 2011. — 288 с.
10. Шевченко Д.А. Маркетинг — философия современного бизнеса// Личность. Культура. Общество. Том.ХIII. Вып. 2. №№ 63—64, ч. 2. — С. 139—151. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://kafmr.rgu.ru/index.php?s=file_download&id=428.
11. White L. The Science of Culture // The Science of Culture: A Study of Man and Civilization. N.Y., 1949. — Пер. П.В. Резвых.

О ВЛИЯНИИ МИФОЛОГИИ НА МОРАЛЬНОЕ СОЗНАНИЕ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

Старостин Владимир Петрович

канд. филос. наук, доцент

*Якутской государственной сельскохозяйственной академии,
г. Якутск*

E-mail: starost@list.ru

ABOUT THE INFLUENCE OF MYTHOLOGY ON MORAL CONSCIOUSNESS OF MODERN SOCIETY

Vladimir Starostin

*candidate of Philosophical Sciences, associate professor
of Yakut State Agricultural Academy,
Yakutsk*

АННОТАЦИЯ

Автор рассматривает мифологию как основу морального сознания общества. В связи с изменением социальных условий ее влияние трансформировалось в современном мире: мифы, фольклор, устное народное творчество уже не имеют определяющей силы, но лежат в глубокой толще коллективного бессознательного. Поэтому, хотя влияние мифологии не является непосредственным и столь очевидным, но все-таки становится скрытой частью как общественного морального, так и политического группового сознания. Вместе с тем объективизация мифа часто таит в себе немалую опасность.

ABSTRACT

The author considers mythology to be the basis of moral consciousness of society. Due to the change of social conditions its influence was transformed in the modern world: myths, folklore, oral national creativity no more possess the defining force, but lie in deep thickness of the collective unconscious. Therefore though influence of mythology is not direct and not so obvious, but after all becomes the hidden

part both public moral, and political group consciousness. At the same time the myth objectification often conceals danger in itself.

Ключевые слова: мифология; моральное сознание; ремифологизация.

Keywords: mythology; moral consciousness; remythologization.

В связи с общим социальным и культурным кризисом, охватившим все российское население в конце прошлого века, в Якутии стали уделять повышенное внимание к своей национальной культуре, духовным истокам народа. Дробление и неопределенность мировоззренческих ориентиров, усиление технократизации и углубление глобализации объективно подтолкнуло людей к более внимательному и пристальному изучению религиозных верований, мифологии, фольклору народов, населяющих республику. Эти направления не могли не коснуться и сферы воспитания, школьного и профессионального образования. На первых порах даже появилась некая эйфория от знакомства с ранее скрытыми от научного взгляда мифологическими и религиозными, прежде всего духовными, артефактами. Часть научной и культурной интеллигенции стали усматривать в них рациональное зерно, видеть затаенный смысл, за которым скрывается истина.

Так как научные и педагогические кадры все еще находились под действием советских идеологем, они по инерции стали в львиных дозах вкладывать в сознание сограждан непреходящий характер мифологических установок и взглядов. Кампанейскими и авральными темпами начался процесс интеллектуальной «ремифизации» и «ресакрализации» общественного сознания. Это мощное движение ратовало за восстановление (под идеей «возрождения») утерянного мифического мироощущения личности и общества (нации), надеясь таким образом прийти к гармонии человека и окружающего мира после разрушительной эры материалистической технократии. В одну кучу сваливались все проблемы, которые, как тогда казалось, будут решены разом, как только мы вернем себе «блуждающую» национальную идею. Именно в это время началось внедрение мифоведческой проблематики в образовательные программы средней и высшей школы.

Мифологизация не могла не коснуться самой главной сферы человеческой жизни — нравов общества. Миф начинает приобретать этосный характер во всей культуре современного якутского народа, и уже проявляет свой «протонормативный» характер, все более вовлекая в свой круг не только школу, вуз, но и источники

правосознания, политику и бизнес. Таким образом, можно сказать, что сегодня в Якутии мы наблюдаем своеобразную диалектику мифа в современном мире: происходит процесс объективизации мифа. Миф, по сути, становится этической доминантой коллективного сознания, со всеми вытекающими отсюда последствиями.

Действительно, сущность мифа и вообще устного народного творчества универсальна, к тому же в проекции к индивиду мифы, сказания, легенды всегда проявляются как скрытый нравственный императив, проявляясь только в некой «форме жизни», «жизненной философии», экзистенции. В этом отношении значение мифа нельзя отвергать. Однако, объективизируясь в социокультурных институтах, становясь неким внешним принуждающим мировоззренческим стереотипом, миф деградирует в идеологии.

Нельзя оспаривать диалектической ретроспективно-перспективной направленности любого мифологического сознания. И древнегреческая, и древнеиндийская, и древнекитайская мифологемы постоянно и полноценно воспроизводятся в современных европейских и восточных культурах, на предметном субстрате общественной истории, выступая основой всей культурной традиции. Более того, в современных обществах «естественная» смысловая доминанта коллективного сознания порой проявляется в виде футуроориентированной и проективной модели «чувствования» времени и пространства.

На уровне личностном мифология всегда сопровождается латентной императивностью: хотя индивид не признает объективно мифологичности своего сознания (так как миф воспринимается многими только как феномен архаический), но уже не допускает возможности иного, кроме мифологического, осознания вещей и событий. Он полагает, что в любом факте, речи, тексте скрыта более глубокая реальность, подразумеваемая под ним необходимость раскрытия персонально-обращенной именно ему, «здесь и сейчас» «истинной» сути. Мифологическое сознание вообще отличается большей консервативностью, табуированностью и догматизмом. При определенных условиях миф может стать всеобъемлющим тотальным иррационально сформулированным этическим призывом и долженствованием. В этом можно видеть самую главную опасность современной мифизации и мифологизации общественного сознания: проявление коллективной мифо-магической убежденности, способность к отысканию в событиях знамений будущего-должного, совершенная оторванность повисшего над коллективом политического сознания от научного дискурса и обоснования могут стать базой создания новых абстракций и социальных утопий. Личностное восприятие мифа — внутренняя убежденность в общении с предками, Богом, всеобщим

разумом — на уровне объективизации и социализации превращается в институциональную нормативность: становится образовательной и воспитательной практикой, штампованной политической риторикой, которые начинают довлеть над искусством и культурой.

Но миф никогда не существует, не живет как объективная данность. Миф всегда значит. Его смысл живет вне самого предмета. Следовательно, он не может быть подвергнут никакой критике или переосмыслению или переживанию. Вот почему миф невозможно подвергнуть моральной оценке. Все дело в том, что определенные личностные характеристики, воспринимаемые нами как суть нравственные, переходя на уровень социального измерения, порой меняют первоначальные морально-нравственные ориентиры. В реальном мире не существует мирового сознания, человеческого коллективного мозга.

Психологами замечено, что не всегда культивируемые в обществе этические и эстетические нормы. Порой мы замечаем, как при одних и тех же социальных условиях, при одинаковых способах воздействия на индивида, сопоставимых методах воспитания мы получаем совершенно разные типы личности. Значит, возможно и обратное: из одного и того же количества нравственного, совокупности одних и тех же частей всеобщего морального, возможно получить различные качественные характеристики социального целого. С такой точки зрения становится понятным феномен зарождения фашизма: как конкретно культурные, цивилизованные и нравственно развитые немецкие граждане создали такое извращенное общество, как Третий рейх... Вполне можно понять, как среди честно искренне верующих, глубоко нравственных и внутренне духовных россиян выросло целое поколение революционеров, камня на камне не оставивших от прежней православной страны.

Групповое моральное сознание, осуществляющее нравственное творчество в рамках соответствующей массы, группы людей, может породить как неописуемую красоту и гармонию отношений, так и невообразимую мерзость и безумие толпы, в зависимости от того, какой выбор сделают сами люди. Можно как бараны идти на заклание под звуки горнов и стук барабанов. Можно под дудочку крысолова загонять и себя, и других в «светлое будущее», которое окажется мутной водой болота. А можно пытаться осмысленно построить свое мировоззрение, в котором из бесконечного опыта человеческого извлечь уроки для себя. Но это возможно только тогда, когда боль и неудачи не только «их», но и «наша», а значит и твоя; радость не чья-то «другая», а «наша», соответственно и твоя. Это и является истинным человеколюбием, истинным гуманизмом.

**1.2. МУЗЕЕВЕДЕНИЕ,
КОНСЕРВАЦИЯ И РЕСТАВРАЦИЯ
ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫХ ОБЪЕКТОВ**

**ГРАФИКА НАДИ РУШЕВОЙ —
УНИКАЛЬНАЯ КОЛЛЕКЦИЯ В СОБРАНИИ
НАЦИОНАЛЬНОГО МУЗЕЯ РЕСПУБЛИКИ ТЫВА**

Дыртык-оол Анна Оюновна

*канд. ист. наук, доцент
Тувинского государственного университета,
г. Кызыл, Республика Тыва
E-mail: annaojun@rambler.ru*

**GRAPHICS OF NADYA RUSHEVA —
UNIQUE COLLECTION IN THE FOND
OF THE NATIONAL MUSEUM OF TYVA**

Dyrtyk-ool Anna

*ph.D., associate professor of the Tuvan State University,
Kyzyl, Tuva Republic*

АННОТАЦИЯ

В данной работе автором показаны формы музейной коммуникации по сохранению и популяризации культурного наследия — графики Нади Рушевой, имеющей мировое значение. Первыми исследователями и пропагандистами творчества семьи Рушевых в Туве и в других регионах России, также за рубежом являются сотрудники музея Нади Рушевой А.С. Хертек и Н.Б. Чаш.

ABSTRACT

In this paper the author illustrates the forms of museum communication on the preservation and promotion of cultural heritage — the graphics of Nadya Rusheva which is of global significance. A.S. Khertek and N.B. Chash are the first researchers and advocates of Rushev's family oeuvre in Tuva and in other regions of Russia and abroad.

Ключевые слова: Надя Рушева, графика, комплектование фондов, экспозиция.

Keywords: Nadia Rusheva, graphics, acquisition of funds, the exposure.

Надя Рушева — единственная дочь московского художника Николая Константиновича Рушева и одной из первых балерин Тувы Натальи Дойдаловны Ажыкмаа, одна из юных представителей отечественного графического искусства.

Надя Рушева прожила короткую жизнь — 17 лет, но после своей смерти оставила более 10 тысяч рисунков, которые подразделяются на 50 серий: «Восток», «Балет», «Пушкиниана», «Война и мир», «Современность», «Материнство», «Античность», «Спорт» и др. Еще при жизни девочки состоялся вернисаж ее работ в редакции журнала «Юность» (1964) и в Варшаве (1966), снялся документальный фильм с ее участием под названием «Тебя как первую любовь» (1969), росло ее творчество под чутким наблюдением опытных педагогов, среди которых был академик, художник-анималист В. Ватагин. Внезапная смерть оборвала ее мечты (она хотела стать художником-мультипликатором), поэтому ее отец Н.К. Рушев взял на себя ответственность по организации передвижных выставок в разных городах Советского Союза.

В 1974 г. открылась первая выставка в Туве в одном из залов Тувинского республиканского краеведческого музея (ныне Национального музея Республики Тыва) [1, с. 11]. Были представлены в основном рисунки Нади из серий «Восток», «Балет» и «Современность», подаренные первому директору музея В.П. Ермолаеву отцом Н.К. Рушевым. Позже они были переданы в музей на вечное хранение.

Графические работы из серий «Пушкиниана» (более 600 ед.) и «Война и мир» (более 400) Натальей Дойдаловной Ажыкмаа-Рушевой были переданы в музеи А.С. Пушкина и Л.Н. Толстого в Москве и Всесоюзный музей А.С. Пушкина в Ленинграде, позже более 9 тыс. ед. — в Советский фонд культуры. В 1987 г. Тувинский музей принял на вечное хранение более 120 подлинных рисунков, на следующий год — 230 единиц творений юной художницы, а также 22 живописные и более 300 графических работ отца Нади. С целью сохранения уникального творческого наследия семьи Рушевых коллегией Министерства культуры Республики Тыва было принято решение о создании музея Нади Рушевой как филиала Тувинского республиканского краеведческого музея в 1993 г. в здании Дома художников, где, к сожалению, экспозиция размещалась до 1996 г.

В годы экономического кризиса большую часть здания руководство Дома художников вынуждено было сдавать арендаторам, поэтому экспозицию о графических работах юной художницы перевели в головной музей, т. е. до 2010 г. филиал функционировал без помещения. Это стало главной причиной его ликвидации как отдельного подразделения: две его единицы по штатному расписанию были переведены в отдел культуры и искусства музея.

За 17 лет своего существования музей Нади Рушевой постоянно пополнял свои фонды новыми художественными работами. Так, в ноябре 1996 г. Н.Д. Ажыкмаа передала папку с 37 рисунками Нади, более 220 фотографий из семейного альбома, документы и другие письменные источники. Новые поступления, в том числе личные реликвии, продолжались в 1998—1999 гг. [1]. В 2007 г. Государственным музеем А.С. Пушкина в Москве безвозмездно был передан 4761 рисунок Нади Рушевой. В настоящее время в фондах Национального музея хранятся и экспонируются более 5200 графических работ художницы. В феврале 2012 г. поступила очередная коллекция после систематизации Натальей Дойдаловной творческого наследия своей семьи. Это коллекция значков о городах, музеях и исторических событиях, собранные дочерью и отцом, ранние рисунки художницы (или как нежно их Николай Константинович называл «ранние каракули»), семейные фотографии, эскизы декораций к телевизионным спектаклям, книги с иллюстрациями, личные вещи и др.

Ежегодно в различных учреждениях Кызыла и республики открывается вернисаж по различным темам: «Пушкиниана», «Балет», «Восток» и др. В 1994 г. сотрудники музея, в том числе и автор данных строк, организовали зарубежную выставку «Графика Нади Рушевой» в Российском Доме науки и культуры Берлина, а в последующие годы в художественных музеях многих городов России. Начиная от г. Элиста (Калмыкия) до Южно-Сахалинска музейные посетители разных возрастов познакомились с бессмертным творением юной художницы.

Кроме экспозиционно-выставочной деятельности филиал ежегодно проводил просветительные мероприятия, посвященные жизни и творчеству Нади Рушевой. В 2002 г. был организован изобразительный и литературный конкурс «Жизнь в искусстве», посвященный 50-летию со дня ее рождения. (Надя Рушева родилась 31 января 1952 г. в г. Улан-Баторе), а к 55-летию в 2007 г. — по теме «Звезда по имени Надя». Направления различны: жизнь и творчество Нади Рушевой,

ее родители, балет, современность, Пушкиниана, литературные образы, восточные сюжеты.

Сохранение и пропаганда памятников историко-культурного наследия России является одной из главных функций музеев. Это в полной мере относится и к творчеству Нади Рушевой (1952—1969), имя которой навсегда вошло в историю российского искусства. Для дальнейшей популяризации и приобщения к творчеству гениального наследия Н. Рушевой возникла необходимость в проведении регионального конкурса по изобразительному искусству, литературе, музыке, посвященного 60-летию со дня рождения Нади Рушевой.

Проект «Региональный фестиваль-конкурс по изобразительному искусству, литературе, музыке, посвященный 60-летию со дня рождения Нади Рушевой», разработанный первым заведующим музеем Нади Рушевой, ныне — отделом культуры и искусства А.С. Хертеком, был объявлен в феврале 2012 г. по Сибирскому региону среди учащихся школьных учреждений, детских художественных, музыкальных школ, чтобы выявить одаренных детей, способных самостоятельно творить, создавать художественные, литературные и музыкальные произведения, посвященные Наде Рушевой, ее творчеству, национальной культуре и народному творчеству.

По изобразительному конкурсу были поставлены следующие задачи:

- создать иллюстрации к русским народным сказкам, сказкам А.С. Пушкина, к произведениям мировой литературы, к произведениям национального народного фольклора (сказки, мифы, эпические сказания, былины, поэмы);
- создать рисунки по воображению на свободную тему о жизни Нади Рушевой и ее семье.

По литературному конкурсу были поставлены такие задачи: описать по воображению в форме рассказа, небольшого очерка, стихотворения или поэмы детские, подростковые годы жизни Нади Рушевой, как она жила, рисовала, общалась с друзьями, родителями, посещала музеи. А по музыкальному конкурсу — в свободной форме сочинить небольшие этюды, вариации на темы рисунков Нади Рушевой.

Данный проект охватил учащихся школ Республики Тыва, а также таких городов Сибири, как Абакан, Минусинск, Шушенское, Омск, Барнаул, Новосибирск, Томск, в которых ранее экспонировались рисунки Нади Рушевой. В ходе реализации этого проекта учащиеся приобщились к произведениям русского народного фольклора,

творчеству А.С. Пушкина, многообразие национального фольклора народов Сибири, к шедеврам мировой литературы, были выявлены творческие способности многих детей в создании иллюстраций, графических композиций по мотивам прочитанных сказок и книг. Аналогичные задачи были решены в литературном и музыкальном конкурсах.

Мероприятие проходило в рамках ФЦП «Культура России (2012—2016 годы). Проект способствовал дальнейшей пропаганде и популяризации творческого наследия гениальной художницы Надежды Рушевой, являющегося органичной частью культурного наследия многонационального народа Российской Федерации.

В 2012 году в одном из залов Государственной Думы Российской Федерации по инициативе депутата от Республики Тыва Л.К. Шойгу была открыта выставка «Мир графики Нади Рушевой», посвященная 60-летию со дня рождения художницы, где были представлены лучшие графические произведения художницы на темы «Театр», «Балет», «Танцы», «Литературные образы», а также фотографии семьи Рушевых из фондов Национального музея Республики Тыва.

Не будет лишним вспомнить слова академика Д.С. Лихачева: «Гениальная девочка обладала поразительным даром проникновения в область человеческого духа. Она работала почти с отчаянием, стремясь сказать людям как можно больше: о балете, об античности, о Шекспире, Пушкине, Лермонтове, Толстом, Экзюпери и, наконец, о «Мастере и Маргарите» Булгакова. Откуда у 16-летней девочки знание людей, эпох? Это загадка, которая никогда не будет разгадана. Люди нуждаются в таком искусстве, как в глотке свежего воздуха. Не в технической виртуозности суть, а в талантливости ее личности» [2, с. 84].

6 марта 2012 года в одном из залов головного музея в день памяти гениальной художницы открылась персональная выставка «Гений чистой красоты», посвященная 60-летию со дня ее рождения. Экспозиция интересна своими разделами, в которых представлены более 30 подлинных рисунков и ее личные вещи. Фрагмент ансамблевой экспозиции сохраняет на основе научных данных реально существовавшую социокультурную обстановку. Структурной единицей ансамблевого показа является экспозиционный комплекс, который реконструирует существовавшую среду бытования музейных предметов. Создан уголок домашней комнаты, где на столе лежат ученические тетради по различным предметам, ручки, карандаши, фломастеры. Рядом небольшая настенная полка с учебниками и книгами по искусству и художественные произведения, среди

которых можно заметить произведение М. Булгакова «Мастер и Маргарита». И, конечно, листы чистой бумаги. Создается такое впечатление, будто Надя отошла от своего письменного стола и через несколько минут подойдет и примется за свое любимое занятие: появятся новые герои из литературных книг. Такой интересный экспозиционный метод подачи материалов необходим: во-первых, вещественные источники в первую очередь привлекают внимание посетителей; во-вторых, такая обстановка поможет представить творческую атмосферу девочки, где рождались новые фантазии.

Центральное место экспозиции занимает карта мира, где отмечены 63 города, где экспонировались рисунки Нади Рушевой. Назовем крупные города зарубежных стран: Саппоро и Осака (Япония), Улан-Батор (Монголия), Варшава (Польша), Берлин (Германия), Генуя (Италия), Дели (Индия), София и Дмитроград (Болгария), Бухарест (Румыния), Прага (Чехословакия). Фотографии свидетельствуют о том, что Надя была знакома с известными творческими личностями: писатели Джани Родари, Борис Полевой, академик Ватагин. Экспозиция позволяет проследить творческий рост Нади Рушевой. В одной из витрин представлены документы: это справка о малой планете № 3516, открытой 21 октября 1982 г. Л.Г. Карачкиной в Крымской астрофизической обсерватории, названная в честь Нади. В Государственную книгу Республики Тыва «Заслуженные люди Тувы» (2001) включено имя Нади. В экспозиции имеются предметы, обладающие экспрессивными свойствами. Так, экспонируется письмо Нади к матери с такими словами: «Дорогая мамочка! Поздравляю тебя с днем 8 марта. Желаю тебе здоровья, успеха в работе и долгих лет жизни. Обещаю тебе, моя родная, учиться прилежно, всегда слушаться и всю жизнь ценить твою заботу обо мне. Любящая тебя дочь Рушева Надя». Все представленные на выставке рисунки юной художницы подлинные, начиная с ранних о современной жизни и до литературных произведений из серий «Пушкиниана», «Космос», «Мода», «Спорт», «Мир художника», «Сказки», «Восток», «Тува» и др.

В музейной практике именно ансамблевые экспозиции получили широкое распространение, так как они легко воспринимаются посетителями, вызывают непосредственный интерес и оказывают сильное эмоциональное воздействие.

Успешную деятельность музея Нади Рушевой невозможно представить без тех сотрудников, которые находились у истока сбора и популяризации культурного наследия семьи Рушевых, скромно считающие себя обыкновенными музейщиками. А.С. Хертек

и Н.Б. Чаш — первые исследователи и пропагандисты творчества отца и дочери в Туве и в других регионах России, также за рубежом.

Искусствовед А.С. Хертек тщательно подходит к анализу творчества тувинских художников, мастеров-камнерезов, и в средствах массовой информации и на страницах научно-популярных изданий пропагандирует их творчество. Не случайно руководство Национального музея РТ доверило ему возглавить филиал Нади Рушевой. Благодаря настойчивой переписке с Государственным музеем А.С. Пушкина, музей получил возможность получить безвозмездно более 4 тысяч рисунков художницы. А.С. Хертек — первый организатор республиканских конкурсов среди школьников, посвященных жизни и творчеству Нади Рушевой, получивших большой резонанс. Он постоянный автор историко-краеведческого альманаха «Летопись Тувы», подготовил и издал каталоги Н. Рушева как художника и Н. Ажикмаа как одной из ярких исторических личностей Тувы.

Н.Б. Чаш также является одной из первых основателей музея Нади Рушевой. Она внесла большой вклад в комплектование фондов музея материалами о творческом наследии семьи Рушевых и его популяризации. Одна из авторов концепции передвижной выставки «Графика Нади Рушевой» в Доме науки и культуры в г. Берлине, таких стационарных выставок в Национальном музее РТ, как «Народы мира в рисунках Нади Рушевой», «Образ матери в рисунках Нади Рушевой», «Творчество Н.К. Рушева», «Наша землячка Н.Д. Ажикмаа — Рушева» и др. Н.Б. Чаш — автор статей о творчестве Нади Рушевой, каталогов и буклетов выставок.

Таким образом, музеи Тувы, как России и мира, являются носителями национального культурного наследия и обеспечивают возможности для представления новых форм выражения культуры. Они являются стражами культурных ценностей и играют важную роль в их развитии.

Список литературы:

1. Хертек А.С. Музей-филиал Нади Рушевой//Летопись Тувы — 2008: Историко-краеведческий альманах. Кызыл: ООО «Полиграфсервис», 2007. — С. 10—14.
2. Хертек А.С. Надя — Надежда — Найдан: К 60-летию со дня рождения//Летопись Тувы — 2012: Историко-краеведческий альманах. — Кызыл: КЦО «Аныяк», 2011. — С. 84—97.

СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ ФУНКЦИИ СОВРЕМЕННЫХ ЧАСТНЫХ МУЗЕЕВ

Рисенберг Ольга Феликсовна

*аспирант кафедры музеологии и культурного наследия,
хранитель фондов музея Санкт-Петербургского
государственного университета культуры и искусств,
г. Санкт-Петербург*

E-mail: muzei_spbguki@mail.ru

SOCIAL AND CULTURAL FUNCTIONS OF MODERN PRIVATE MUSEUMS

Olga Risenberg

*postgraduate student of the Department of museology and cultural heritage,
the museum's curator of the St. Petersburg State University of Culture and Arts,
St. Petersburg*

АННОТАЦИЯ

Целью статьи является попытка выявления специфики социально-культурных функций частных музеев. Используя методы анализа и синтеза, рассматривается процесс преобразования частной коллекции в частный музей, проанализированы социально-культурные функции частных музеев в современных условиях, выявлены их особенности. На основании изложенного материала автор приходит к выводу о необходимости дальнейшего изучения феномена частного музея как перспективного сектора музеологии, существенно расширяющего границы музейного мира.

ABSTRACT

The purpose of this paper is an attempt to identify the specific socio-cultural functions of private museums. In the application of the methods of analysis and synthesis through the process of converting a private collection in a private museum, analyzed the social and cultural functions of private museums in modern conditions, revealing their features. Based on the above material, the author comes to the conclusion that further study of the phenomenon of the private museum as a promising sector of Museology, significantly expanding the boundaries of the museum world.

Ключевые слова: частные музеи; социально-культурные функции; культурная идентификация; социокультурное пространство; культурная коммуникация.

Keywords: private museums; social and cultural functions; cultural identity; social and cultural space; cultural communication.

В настоящее время во всем мире отмечается так называемый «музейный бум», обусловленный процессами глобализации и демократизации общества, порождающими стремление к сохранению культурного наследия [13]. Результатом становится возникновение новых музеев и учреждений музейного типа, в том числе, по инициативе частных лиц [12]. Превращение частных коллекций в частный музей связано также со стремлением к демонстрации и популяризации коллекций, желанием сделать их доступными для изучения.

В связи с постоянно растущим числом частных музеев как в России, так и за рубежом, становится актуальным изучение специфики социально-культурных функций подобных музеев. Однако прежде чем рассматривать данный вопрос, следует определиться с самим понятием частного музея, а также с культурно-историческими предпосылками возникновения данного феномена.

Если обратиться к «Словарю актуальных музейных терминов», можно встретить следующее определение частных музеев: «группа музеев, которые принадлежат частным лицам, созданы их усилиями и поддерживаются их средствами. Как правило, коллекции частных музеев отражают эстетические, культурные или научные интересы своих создателей и являются доступными для посещения» [10, с. 64].

Возникновение и развитие музеев детерминировано естественными потребностями человека: потребность в выживании рода определила социальные действия, направленные на накопление и передачу образцов производственной культуры, техники и технологии последующим поколениям; потребность в безопасности спровоцировала стремление к коллекционированию и использованию достижений других народов в совершенствовании оружия; потребность в социальных связях стимулировала обмен дарами и, по мере их накопления, создание коллекций. Потребность в признании подвигнула многочисленных коллекционеров открывать людям доступ в свои «святилища», создавая первые частные музеи. Сакральное отношение к социальной памяти у человека сохранялось во все времена, что и зафиксировано в музее как особом общественном явлении [1, с. 90].

Таким образом, музей призван решать социальные задачи, выступая собирателем, хранителем и популяризатором культурного наследия. В этой миссии проявляются основные социально-культурные функции музея: научно-документальная, охранная, исследовательская, образовательно-воспитательная [7, с. 75]. Названные функции являются наиболее часто встречающимися в музейной работе, что дает основание назвать их базовыми функциями, присущим музеям любого типа [9, с. 211].

Данные функции дополняются рядом других: аксиологическая, информационная, эстетическая, коммуникационная, идеологическая, познавательная, развивающая, популяризаторская, развлекательная [8, с. 76]. Однако существует мнение, что весь этот многообразный спектр является, по сути, производным от двух основных функций — документирования и образовательно-воспитательной функции [7].

Однако происходящие под влиянием исторических процессов перемены постепенно меняют условия формирования социокультурной среды, что, в свою очередь, ведет к поискам новых форм музейной деятельности.

Характеризуя современную социокультурную ситуацию как противоречивую и изменчивую, многие исследователи отмечают в российском обществе кризис национальной идентичности, необходимость преодоления которого признается очевидной [5].

Таким образом, музейная деятельность приобретает все большее социокультурное значение. Возрастает роль частных музеев в сохранении и интерпретации культурного наследия, в сложных процессах социальной адаптации и культурной самоидентификации, в образовательном процессе, в организации досуга. Отражая изменения в обществе и культуре, частные музеи в современном мире также переживают существенные трансформации в своем содержании и деятельности [6, с. 127].

Современные частные музеи, благодаря большей гибкости в организации работы, по сравнению с государственными музеями, являющимися более консервативными учреждениями, а также, благодаря широчайшему спектру узконаправленных тематик коллекций, фактически становятся центрами образования, коммуникации, сохранения культурного наследия региона и творческих инноваций. Появление и развитие новых видов и форм музейной деятельности обусловлено глубоким пониманием создателей частных музеев специфики современного музейного мира: сегодня недостаточно учитывать только историческую и культурную значимость музеефицируемых объектов.

Необходимо понимание деятельности музея как социокультурного института и важнейшего ресурса развития территории.

В течение XX века во всем мире получил широкое развитие и приобрел большую популярность новый тип музея — частный музей под открытым небом [3]. Такие музеи в 2000-е гг. стали появляться и в России [11]. Результатом поиска новых форм взаимодействия музея и общества стало возникновение и деятельность частных экомузеев, которые создаются, прежде всего, для местного сообщества и силами местного сообщества. Ресурсом развития таких музеев является социальная активность местных жителей и их заинтересованность в сохранении уникальной специфики конкретной территории. Сегодня есть основания говорить о том, что экспонаты в таких музеях начинают восприниматься более чем музейный предмет, они несут значительную смысловую и символическую нагрузку, а образуемый ими комплекс или коллекция становятся своеобразным историческим документом конкретного места, его культуры, истории и окружающей среды [5, с. 125].

Следствием интеграции частных музеев и социума является расширение образовательной функции музея. Частный музей, вынужденный выживать в непростых условиях информационной изоляции и критического отношения профессионального сообщества, наиболее подвержен поиску конкурентоспособных методов взаимодействия с аудиторией. Создание интерактивных экспозиций, постоянное внедрение новых музейно-педагогических программ, расширение границ за пределы экспозиционных форм работы способствуют преодолению пассивно-созерцательных форм восприятия музейной информации.

В условиях общей культурной и социальной дезорганизации создатели частных музеев видят свою миссию в том, чтобы дать людям ориентиры стабильности и надежности, являясь в сознании большинства одним из храмов культуры, аккумулирующим предметы гордости прошлого и настоящего. То есть, адаптируясь к изменяющимся условиям сам, музей может способствовать адаптации большого количества людей, являющихся его посетителями [2].

Таким образом, частный музей представляет собой разновидность целостной, целенаправленной системы со своей морфологией, функциями, динамикой. Формирование ее обусловлено духовными потребностями и соответствующими действиями, направленными на сохранение социальной памяти.

Социально-культурные функции частных музеев, в основном, соответствуют функциям музеев государственных: основу их деятельности составляют памятники материальной и духовной культуры,

которые они выявляют, собирают, хранят, изучают и демонстрируют. Однако в их динамике наблюдается специфика состава коллекций, которые, чаще всего, можно характеризовать, как узконаправленные: примером могут служить такие частые музеи Петербурга, как Музей граммофонов и фонографов, Музей кукол, Музей игрушек; Музей утюга в городе Переславле-Залесском; Музей чайников в селе Веськово; Музей мыши в городе Мышкине и многие другие. Таким образом, большинство частных музеев можно отнести к так называемым «музеям одного предмета».

Также в тематике коллекций частных музеев прослеживается уникальная тенденция к фиксации технологии: Музей русской водки и Музей кофе в Санкт-Петербурге, музей Коломенская пастила в Московской области и другие [4, с. 5].

Рассматривая вопрос о специфике отбора предметов в коллекцию частного музея нельзя забывать об основополагающей особенности данного типа музея — коллекции и экспозиция носят личностную окраску основателя музея. Этот фактор сказывается также и на методах и формах работы с посетителями: так, в Музее граммофонов и фонографов экскурсовод читает юным посетителям сказки, написанные самим организатором музея — цирковым артистом В.И. Дерябкиным, а в Музее кукол фирменным знаком и любимцем посетителей стал пудель Артемон, принадлежащей директору музея, Г.Н. Варенюк.

Проведенные исследования позволяют резюмировать, что социально-культурная деятельность частных музеев имеет тенденцию к поиску новых форм, совмещая образовательные функции с рекреационными. При изучении феномена частного музея становится очевидно, что они образуют особый сектор музеологии, который может иметь очень интересные перспективы, учитывая разнообразие и специфику таких музеев. Однако феномен частного музея и специфика его работы еще недостаточно изучены современной музеологией. Анализ стратегий дальнейшего развития частных музеев невозможен без глубинного понимания этого явления. Следовательно, феномен частного музея, существенно расширяющий морфологию музейного мира, требует дальнейшего всестороннего изучения.

Список литературы:

1. Акулич Е.М. Музей как социокультурное явление // Социс. Социологические исследования: Научный и общественно-политический журнал. — 2004. — № 10. — С. 89—92.
2. Бутакова Д.А., Гаврилова Н.И. Музей в социокультурном пространстве города: особенности культурной коммуникации // Теория и практика общественного развития. Научный журнал. — 2011 — № 8 — С. 79—82.
3. В Армавире появится частный музей под открытым небом [Электронный ресурс] // Аргументы и факты федеральный сайт. Кубань 26.06. 2012. URL: <http://www.kuban.aif.ru/culture/news/56816> (дата обращения 03.07.2012).
4. Маркина А. Музеи за свой счет? / А. Маркина // Деловой еженедельник КОМПАНИЯ. — 2011. — № 27 (664). — С. 5.
5. Мастеница Е.Н. Музей в современной социокультурной ситуации. // Современный музей как важный ресурс развития города и региона. Тезисы Международной научно-практической конференции, Казань 12—13 сентября 2005. — С. 125—130.
6. Музееведение. На пути к музею XXI века: Региональные проблемы развития музейного дела. — М., 1990. — 160 С.
7. Музейное дело России / Под ред. М.Е. Каулен, И.М. Косовой, А.А. Сундиевой. — М.: Издательство «ВК», 2005. — 2-е изд. — 614 с.
8. Петрова Н.Ф. Частные коллекции, меценатство, музеи (социокультурологический анализ) // Социологические исследования. — 2003. — № 7. — С. 68—78.
9. Поляков Т.П. Музейное проектирование и мифы XXI века // Культурология: от прошлого к будущему: К 70-летию Российского института культурологии. — М.: РИК, 2002 — С. 211.
10. Словарь актуальных музейных терминов // Музей. — 2009. — № 5. — С. 47—68.
11. Частный музей под открытым небом [Электронный ресурс] // Государственная телевизионная и радиовещательная компания Поморье 04.10.2011. URL: <http://www.pomorie.ru/news/chastniy-muзей-pod-otkritim-nebom> (дата обращения 03.07.2013).
12. Laster P. The 10 Best Private Museums Worldwide [Электронный ресурс] / Paul Laster // FLAVORWIRE 25.07.11. URL: <http://flavorwire.com/196371/the-10-best-private-museums-worldwide> (дата обращения 11.06.2013).
13. Will Private Museums Democratize Art?: Celebrating Crystal Bridges' First Birthday [Электронный ресурс] // HUFFPOST ARTS & CULTURE. 7.07.13. URL: http://www.huffingtonpost.com/2012/11/02/privatemuseums_n_2049921.html (дата обращения 10.06.13).

СЕКЦИЯ 2.

ЯЗЫКОЗНАНИЕ

2.1. РУССКИЙ ЯЗЫК ЯЗЫКИ НАРОДОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

МУЗЫКАЛЬНОСТЬ КАК СПОСОБ ПОЭТИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ БОРИСА ПАСТЕРНАКА

Аверина Марина Анатольевна

*канд. фил. наук, зав. кафедрой лингвистики
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего профессионального образования
«Южно-Уральский государственный университет»
(национальный исследовательский университет), филиал в г. Озёрске,
г. Озёрск, Челябинская область
E-mail: marina651@mail.ru*

MUSICALITY AS A POETIC WAY OF THINKING OF BORIS PASTERNAK

Averina Marina

*candidate of philological science, the head of the department of linguistics
of Federal State Budget Educational Establishment of Higher Professional
Education "South-Ural State University" (National Research University),
branch in Ozersk,
Ozersk, Chelabinsk region*

АННОТАЦИЯ

В статье анализируется один из способов поэтического мышления Б. Пастернака, его музыкальность, которая находит воплощение в поэтическом языке мастера слова. Музыкальная лексика

обладает смысловой и психологической нагрузкой. Она передаёт состояние лирического героя.

ABSTRACT

This article analyzes one of the B. Pasternak's ways of poetic thought, his musicality, which is embodied in the poetic language of the word-painter. Musical vocabulary has the semantic and psychological load. It conveys the state of the lyrical hero.

Ключевые слова: музыкальность, поэтическое мышление, лексика, метафора, сравнение.

Keywords: musicality, poetic thinking, lexicon, metaphor, comparison.

Поэтическое мышление — один из принципов познания и творчества мастера слова. Оно находит своё воплощение в поэтическом языке, особом стиле речи, который синтезирует принципы образного воплощения мира, учитывая своеобразия личности автора, а также обстоятельств его жизни и творчества.

Борис Пастернак — один из наиболее часто исследуемых в России и за рубежом авторов. Ю.М. Брюханова [2], М.Н. Коннова [3] — далеко не полный список учёных, обращавшихся к поэтическим произведениям мастера слова. И всё же сугубо научные исследования не могут объяснить нам загадку таланта Пастернака, загадку его все охватывающего мышления, его способности связать воедино причины и следствия, начала и концы. В воспоминаниях современников Пастернак представляется нам не только как обыкновенный человек, но и как великий Художник. Именно Художник — творец, которому подвластны искусства слова, музыки и живописи. И потому в последнее время появляется интерес не только к Пастернаку — поэту, но и к Пастернаку — музыканту.

Для Бориса Пастернака музыка не только любимый вид искусства, но и способ поэтического мышления. Она была для поэта той неодолимой силой, которая постоянно притягивала его к себе, заставляла рыдать и плакать, страдать тосковать, радоваться и восторгаться, искать и пробуждаться, терзаться волноваться, петь и восхищаться.

Вся разнообразная палитра человеческих чувств, страстей, мыслей, переживаний, настроений отражена в уникальном поэтическом творчестве Бориса Пастернака. Оно насковзь пронизано музыкальными звуками и сложными метрами, ритмами и размерами, темпами, интервалами и тембрами, мелодиями, созвучиями, аккордами

и гармонией, ладами — мажором и минором, знаками нотного письма. Весь этот музыкальный язык, его огромный диапазон лучами яркого света струится во всем гениальном творчестве поэта.

Существует множество факторов, обуславливающих музыкальность произведений Б.Л. Пастернака. Обращают на себя внимание уже названия стихотворений: *«Импровизация»*, *«Баллада»* (1915), цикл *«Темы и вариации»* (1916—1922), *«Импровизация на рояле»*, *«Апассионата»*, *«Скрипка Паганини»*, *«Пианисту понятно шнырянье ветошниц...»*, *«Рояль, дрожащий пену с губ облизнет...»*, *«Вторая баллада»*, *«Опять Шопен не ищет выгод...»*, *«Скрябин»*, *«Раскованный голос»*, *«Хор»*, *«Бетховен мостовых»* и др.

На протяжении всей жизни Пастернак декларирует свою связь с музыкой. Импульсом его творческого вдохновения становятся звуки музыкальных инструментов:

*И арфой шумит ураган аравийский,
Бессмертья, быть может, последний залог.
«Лето»*

Довольно часто в поэтических строчках Б. Пастернака звучит упоминание о рояле. При этом автор неоднократно обращает внимание не только на сам рояль, но и на отдельные его части: *крышку, клавиши, клавиатуру, пюпитр*.

Из всех музыкальных инструментальных жанров ближе всего Пастернаку была *баллада*; упоминания о ней и использование слова *баллада* в качестве названия стихотворений («Баллада», «Вторая баллада») не так уж редки. Из танцевальных жанров Пастернак обращается к *польке и вальсу*. Поэт активно включает в свои произведения наименования хоровых жанров — *хорал, месса, реквием, хор*.

Упоминания имён композиторов даёт возможность читателю угадать музыкальные пристрастия Пастернака. Это проникновенная и глубокая лирика Ф. Шопена, пафос симфоний Л. Бетховена, эмоциональный порыв П.И. Чайковского, скорбная философская мудрость И.С. Баха, утончённость и яркий артистический темперамент А.Н. Скрябина.

*Опять депешей Шопен
К балладе страждущей отозван.
«Сон в летнюю ночь»*

Следует подчеркнуть, что более всех композиторов Б. Пастернак любил Александра Скрябина. Он был его кумиром, ему он поклонялся, его боготворил с детства. Мощный творческий дар Скрябина, его яркая личность, а главное — атмосфера, окружавшая

музыкального гения и поддерживаемая его друзьями, приводили в восторг Б. Пастернака. Скрябин для поэта был в прямом смысле слова и учителем, и кумиром.

...Голоса приближаются —

Скрябин.

О, куда мне бежать

От шагов моего божества!

«1905 год»

Музыкальная лексика обладает не только смысловой, но и психологической нагрузкой. Она рисует не только конкретную обстановку, но и передаёт состояние лирического героя.

Пастернак использует музыкальную терминологию в составе тропов, сложных стилистических оборотов. Ведь поэтическое мышление неразрывно связано с метафоричностью, создающей в поэзии автора особый, многомерный мир.

Хорал выходил, как Самсон,

Из кладки, где был замурован.

«Ещё не умолкнул упрёк»

В стихотворении «Определение поэзии» сжатая, энергичная метафора выражает мысль о том, что оркестр (скорее всего камерный, домашний) играет увертюру к опере Моцарта «Свадьба Фигаро».

Разметав отвороты рубашки,

Волосато, как торс у Бетховена,

Накрывает ладонью, как шашки,

Сон и совесть, и ночь, и любовь оно.

Это уже целый комплекс метафор, метафорических сравнений.

И далее в этом же стихотворении:

Соловьём над лозою Изольды

Захлебнулась Тристанова.

Этот оборот концентрирует в себе кольцо сложных ассоциаций: «Тристан и Изольда» Вагнера, идея «Liebestod» (любовь — смерти), звучащая в этой музыкальной драме, а также тема судьбы человеческого сердца в современном мире, ведущая к «Соловью и розе» О. Уайльда, к теме певца и его творчества.

Очень часто музыкальные образы у поэта представлены в виде гипербол, гиперболических сравнений, что придаёт теме музыки почти вселенское звучание:

...Несли рояль два силача,

Как колокол на колокольню.

«Музыка»

Поэзия Пастернака ориентирована одновременно и на разум, и на подсознание читателя. И поэтому чтение стихотворений поэта требует интеллектуального и эмоционального напряжения.

Язык Пастернака полифоничен. Эта полифоничность проявляется во всём: и в символической безграничности смыслового содержания, и в непрерывном взаимодействии мира высшего, мира духовного (связанного с поэзией, музыкой, живописью, философией) и мира быта. Поэтому нельзя не согласиться со словами известного российского ученого, доктора философских наук В.Ф. Асмуса [1], который справедливо утверждал, что музыка и поэзия были для Б. Пастернака единым языком искусства, в котором все слова были доступны и понятны.

Список литературы:

1. Асмус В.Ф. Философия и эстетика русского символизма / В.Ф. Асмус. — М.: Книжный дом ЛИБРОКОМ, 2013. — 88 с.
2. Брюханова Ю.М. Концепция красоты в художественно-философской системе Бориса Пастернака / Ю.М. Брюханова — Сибирский филологический журнал. — 2013. — № 2. — С. 141—148.
3. Коннова М.Н. Когнитивные основания аксиологии времени в поэтическом тексте (на примере стихотворений Б.Л. Пастернака) / М.Н. Коннова — Когнитивные исследования языка. — 2012. — № 12. — С. 673—683.

ПОВТОР В ОЧЕРКАХ А.И. КУПРИНА «ЛИСТРИГОНЫ»

Викторина Татьяна Валентиновна

*канд. филол. наук, доцент
Хакасского государственного университета им. Н.Ф. Катанова,
г. Абакан
E-mail: t.viktorina@mail.ru*

THE REPETITION IN THE A.I. KUPRINS SKETCH «LISTRIGONY»

Viktorina Tatiana Valentinovna

*candidate of Philology, senior lecturer,
Khakassian State University. N.F. Katanov,
Abakan*

АННОТАЦИЯ

В статье описываются основные типы повторов, использованные автором в анализируемом произведении, рассматриваются их функции в соответствии с художественно-эстетическими задачами. Выявлены доминирующие повторы и их роль в создании эмоционального, поэтического восприятия созданного мира художественной действительности.

ABSTRACT

The article describes the main types of repetitions in A.I. Kuprin's sketch "Listrigony" and examines its functions. The author analyses dominant repetitions creating emotional and poetic perception of the world of art reality.

Ключевые слова: повтор; текст; лингвистический анализ; идиостиль.

Keywords: repetition; text; linguistic analysis; idiostyle.

В «Листригонах» — очерках о балаклавских рыбаках — рассказывается о «трудной, но радостной жизни простого человека в его единстве с природой» [3, с. 70], описываются мужественные, сильные люди. Любовь к человеку проступает ясным подтекстом на протяжении всего произведения.

Как писал К. Паустовский, «Листригоны» — удивительная по простоте и прелести поэма русской прозы. Двумя — тремя лаконичными фразами Куприн дает тонкое, эмоциональное, если можно так выразиться, представление о Балаклаве» [5, 488]. Поэтическое описание мужества, бесстрашия рыбаков, их отважную борьбу с морской стихией, простую жизнь автор изображает с помощью различных выразительных языковых средств, среди которых немаловажное значение занимают повторы. Повторы присутствуют в каждом тексте и определяют его связность и целостность. Они выполняют в тексте разные функции, а их творческое применение предопределяется художественно-эстетическими задачами и пристрастиями автора.

Значительное место в анализируемом тексте занимает повтор ключевого слова, как правило, вынесенного в название очерка. Так, например, в первом очерке тему тишина, заявленную в заглавии, формируют лексемы, представляющие точный повтор и повтор однокоренных слов с наименьшим изменением семантики: «...нигде я не слушал такой глубокой, полной, совершенной **тишины**, как в Балаклаве».

*Выходишь на балкон — и весь поглощаешься мраком и молчанием. Черное небо, черная вода в заливе, черные горы. Вода так густа, так тяжела и спокойна, что звезды отражаются в ней, не рябясь и не мигая. **Тишина** не нарушается ни одним звуком человеческого жилья. Изредка, едва расслышишь, как хлопнет маленькая волна о камень набережной. И этот одинокий, мелодичный звук еще больше углубляет, еще больше настораживает **тишину**. Слышишь, как размеренными толчками шумит кровь у тебя в ушах. Скрипнула лодка на своем канате. И опять **тихо**. Чувствуешь, как ночь и молчание слились в черном объятии».* Описание тишины поддержано синонимическим повтором, точным повтором других лексем, в том числе отрицательной частицы не, подчеркивающей отсутствие движения. Ощущение тишины усиливается присутствием в тексте синонимичных лексем с семантикой предельной меры признака *полной, совершенной*.

Описание в тексте нередко дается через отрицание, отсюда активность повторяющихся отрицательных приставок и отрицательных частиц. Ср.: *Конечно, Юра Паратино — не германский император, не знаменитый бас, не модный писатель, не исполнительница цыганских романсов*.

С помощью антонимического повтора актуализируется контрастность описываемого пространства: *«Только вода в заливе остается жутко **черной** и **непокойно** плещется в этой **белой** тихой раме»*.

А.И. Куприн также прибегает к употреблению синонимического повтора, который используется для формирования дополнительной образной информации, акцентирования сходных смыслов. Синонимический повтор может быть контактным, например: *«до самых бортов лодка наполнена **белой, серебряной** рыбой»*, так и дистантным: *«Ночь так **темна**, что мы с трудом различаем Христа, который уже ждет нас в лодке. Какое-то фырканье, хрюканье, тяжелые вздохи слышатся в заливе. Эти звуки производят дельфины, или морские свиньи, как их называют рыбаки. **Многотысячную, громадную** стаю рыбы загнали в узкую бухту и теперь носятся по заливу, беспощадно пожирая ее на ходу»* — и через абзац: *«Но ночь так **черна**, вздохи и хрюканье дельфинов так возбуждают страстное охотничье любопытство»*. В данном примере и контактный градационный повтор, и дистантный служат усилению описываемого признака. Синонимический повтор осложнен интенсификаторами адвербиального типа, которые также усиливают степень признака, и поддержан точным повтором и повтором синтаксических структур.

Повторы синтаксических конструкций одной структуры или их частей весьма активны в анализируемом литературном тексте и, как и в предыдущем примере, часто усилены точным повтором. Ср., например: *Никто еще не мог перепить Юру, и никто не видел его пьяным. Никто не сравнится с Юрой удачливостью*. В данном случае используется анафорический повтор, который в целом характерен для анализируемого текста.

В начале 6 очерка «Бора» мы наблюдаем перифрастический повтор: *«О, милые простые люди, мужественные сердца, наивные первобытные души, крепкие тела, овеянные соленым морским ветром, мозолистые руки, зоркие глаза, которые столько раз глядели в лицо смерти, в самые ее зрачки!»*, который включается в текст для формирования автором «определенного художественного, поэтического образа при его эстетической нацеленности» [4, с. 68]. В основе перифраз лежит метонимия и синекдоха. Подобное стилизованное обращение способствует активизации особого читательского восприятия. Дальнейшее анафорическое повторение в нескольких абзацах числительного три, имеющего особое символическое значение, в разных грамматических формах, продолжает стилизацию сказочной манеры повествования и кроме того акцентирует внимание на длительности времени, протяженность которого увеличивается

психологически из-за напряженного ожидания. Ср. начало нескольких абзацев в очерке «Бора»: «третьи сутки дует бора», «третьи сутки дует бора», «три раза со своей артелью», «в эти дни» (в данном случае числительное заменяется указательным местоимением), «а вернулся он домой только через трое суток», «трое суток без сна», «в эти трое суток». Подобную манеру повествования можно объяснить характером главных действующих персонажей этих очерков, мужественных, сильных людей, в целом, положительных героев, как и в сказках.

Дважды в произведении повторяется описание Балаклавы в начале первого и последнего очерка. Сравните: 1) *В конце октября или в начале ноября Балаклава — этот оригинальнейший уголок пестрой русской империи — начинает жить своеобразной жизнью. Дни еще теплы и по-осеннему ласковы. Но по ночам стоят холода, и земля гулко звенит под ногами. Последние курортные гости потянулись в Севастополь со своими узлами, чемоданами, корзинами, баулами, золотушными детьми и декадентскими девицами. Как воспоминание о гостях, остались только виноградные ошкурки, которые, в видах своего драгоценного здоровья, разбросали больные повсюду — на набережной и по узким улицам — в противном изобилии, да еще тот бумажный сор в виде окурков, клочков писем и газет, что всегда остается после дачников.*

И сразу в Балаклаве становится просторно, свежо, уютно и по-домашнему деловито, точно в комнатах после отъезда на шумевших, накуривших, насоривших непрошенных гостей.

2) *В Балаклаве конец сентября просто очарователен. Вода в заливе похолодела; дни стоят ясные, тихие, с чудесной свежестью и крепким морским запахом по утрам, с синим безоблачным небом, уходящим бог знает в какую высоту, с золотом и пурпуром на деревьях, с безмолвными черными ночами. Курортные гости — шумные, больные, эгоистичные, праздные и вздорные — разъехались кто куда — на север, к себе по домам. Виноградный сезон окончился.*

Точный и синонимический повтор, которые лежат в основе этих описаний вначале формируют и затем активизируют восприятие читателями этого прелестного уголка Земли, который так полюбил А.И. Куприн.

Анализируемый текст насыщен точными повторами, которые способствуют актуализации необходимых для интерпретации произведения смыслов, создают определенную «градацию усиления признака» [4, с. 62], например: «*черное небо, черная вода в заливе, черные горы*». Они используются как контактно, так и дистантно. В то же время, по мнению И. Голуб, именно точные повторы

характерны для эмоционально окрашенной речи, а потому «часто встречаются в поэзии» [1, с. 24].

Таким образом, наблюдения над использованием повторов речевых средств позволяют сделать вывод о том, что наряду с разнообразными функциями, которые они выполняют в тексте, повторы в данном произведении являются одним из средств создания эмоционального, поэтического восприятия описываемого мира художественной действительности.

Список литературы:

1. Голуб И.Б. Стилистика русского языка. М.: Айрис-пресс, 2002. — 448 с.
2. Куприн А.И. Сочинения. В 2-х т. М.: Худож. лит., 1981. Т. 2. Романы; Рассказы. 1981. — 398 с.
3. Лилин К. Александр Иванович Куприн. Л.: Просвещение, 1975. — 112 с.
4. Папина А.Ф. Текст: его единицы и глобальные категории: Учебник для студентов-журналистов и филологов. М.: Едиториал УРСС, 2002. — 368 с.
5. Паустовский К. Поток жизни (Заметки о прозе Куприна)//Собрание сочинений. В 9 т. Т. 7. Сказки; Очерки; Литературные портреты. М.: Худож. Лит., С. 470—492.

ОБРАЗОВАНИЕ СЛОЖНЫХ СЛОВ В ЛАМУНХИНСКОМ ГОВОРЕ ЭВЕНОВ

Кузьмина Раиса Петровна

*канд. филол. наук, научный сотрудник сектора эвенской филологии
Института гуманитарных исследований
и проблем малочисленных народов Севера
Сибирского отделения Российской академии наук,
г. Якутск*

E-mail: raisakuzmina2013@yandex.ru

EDUCATION COMPLEX WORDS IN LAMUNHINSKOM SAYS EVENS

Kuzmina Raisa

*candidate of philological sciences, Research Fellow, Department of
Philology of Even the Institute of Humanitarian Research and Indigenous
Peoples of the North, Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences,
Yakutsk*

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются некоторые особенности образования сложных слов в ламунхинском говоре эвенского языка. Слова, образованные таким способом, представляют собой редкое явление не только в эвенском языке, но и во всех языках тунгусо-маньчжурской группы. Словообразование говора представляет несомненный интерес не только для филологов, но и для широкого круга лиц, изучающих культуру и историю северных народов.

ABSTRACT

The paper discusses some features of the formation of compound words in dialect lamunhinskom Even language. Words formed in this way are rare not only in the Even language, but in all the languages of the Tungus-Manchu group. Dialect word formation is of great interest not only for scholars, but also for a wide range of people who study the history and culture of northern people.

Ключевые слова: эвенский язык; диалект; ламунхинский говор; словообразование; словосложение; суффикс.

Keywords: even language; dialect; lamunhinsky speech; word formation; word; suffix.

Эвенский язык относится к агглютинативным языкам, т. е. основным способом словообразования является суффиксальный способ. Имена существительные во всех эвенских говорах образуются посредством отглагольных и отыменных суффиксов. Эти суффиксы существительных были описаны в диалектологических работах таких ученых, как В.И. Цинциус [10], К.А. Новикова [7], В.Д. Лебедев [5; 6], В.А. Роббек [9], Х.И. Дуткин [2]. На основе их исследований можно сделать вывод, что почти во всех говорах суффиксы существительных едины, отличаются лишь фонетическими вариантами. Но следует заметить, что в языке кобьинских эвенов Якутии, в научной литературе именуемого как ламунхинский говор, во всех тематических группах наблюдаются узлокальные формы, образованные посредством непродуктивных суффиксов.

Кроме того, в данном говоре имеются слова, образованные посредством словосложения. Это слова не только эвенские, но и слова, заимствованные из якутского языка. Слова, образованные таким способом, представляют собой редкое явление в эвенском языке и встречаются в некоторых языках тунгусо-маньчжурской группы.

А.М. Певнов приводит несколько примеров слов в негидальском языке, образованных таким способом: «Интересно, что аналитическое слово *ангиски ойи* имеет явную тенденцию к объединению обоих компонентов в результате сандхи, вообще, кстати, свойственного негидальской речи (т. е. *ангиски ойи* >*ангискойи*, ср. *асамаха* «медведица» <*аси амаха* и т. п.)» [8, с. 253].

В эвенской речи представителей ламунхинского говора, слов, образованных таким способом, небольшое количество: *ойодай* «выздроветь» образовано сочетанием слов *ай* «1. хороший; красивый, добрый, приятный; 2. хорошо, красиво, приятно, добро; 3. красота» и *одай* «1. делать, изготавливать, создавать, вырабатывать, творить; 2. строить, сооружать, возводить, выделять; 3) готовить, приготавливать, исполнять; 4) устанавливать, образовывать, составлять, формировать, оборудовать, заводить, налаживать, водворять; 5) осуществлять, решать, выполнять; 6) работать, трудиться, заниматься».

Аччодай «1) исчезнуть; 2) иносказ. умереть; 3) потеряться» образовано от сочетания слов *ачча* «нет» и вышеуказанного *одай* «1. делать, изготавливать, создавать, вырабатывать, творить» и т. д.

Примеры: Этикэн *ойоридьы* дөмгөлэ орадудулай һөрөһнин. «Старик *выздоровев* сразу уехал в тайгу к оленям»; Лэгентэй атикагангач этэл *аччорин*. «У Иннокентия жена давно *умерла*».

Ахмар «не знаю» образовано от сочетания отрицательного глагола *эдэй* «не делать чего-либо» и слова *хар* «знать, узнавать, понимать, уметь».

Также в говоре зафиксировано сложное слово, образованное лексико-синтаксическим способом словообразования. Например, слово *докалдоли* «бабочка» образовано сочетанием характерного для всех эвенских говоров слова *докал* «бабочка, мотылек» и глагола настоящего времени *доли* «садись».

Слова, образованные путем объединения в одно целое из двух основ, в якутской речи представителей ламунхинских эвенов встречаются достаточно часто, хотя, по свидетельству М.С. Воронкина, в якутском языке словосложение не получило значительного развития, оно представлено лишь небольшим кругом сложных слов [1, с. 135].

Особенностью якутской речи ламунхинцев является употребление глаголов настоящего времени, образованных путем словосложения.

Примеры: *кэлээрибит* «идем (к вам)» произошло от сочетания слов *кэлэн эрэбит*; *уөрэнээрибит* «учимся» — от сочетания слов *уөрэнэн эрэбит*; *аһаарыбыт* — от сочетания слов *аһаан эрэбит* «едим, кушаем»; *оҥороорубут* — от *оҥорон эрэбит* «делаем»; *утуйарыбыт* — от *утуйан эрэбит* «ложимся спать»; *олорорубут* — от *олорон эрэбит* «садимся»; *бараарабыт* — от *баран эрэбит* «уходим»; *көһөрбүт* — от *көһөи эрэбит* «кочуем» и др.

Также в якутской речи кобьяйских эвенов употребляются такие сложные слова, общеизвестные в якутском языке, как *бүгүн* «сегодня» — от *бу кун*, *бийыл* «в этом году» — от слова *бу дьыл*.

В.Д. Лебедев отмечает, что в охотском диалекте эвенского языка усиленная степень качества может быть выражена в диалекте и путем повтора, удвоения основы прилагательного; при этом первая основа оформляется аффиксальной частицей *-да/-дэ* [6, с. 51]. Подобная форма встречается и в языке эвенов Якутии, например: *хуланя-да хуланя* «красный-красный; очень красный»; *чулбаня-да чулбаня* «синий-синий; очень синий»; *ялданя-да ялданя* «черный-пречерный; очень черный»; *чуруня-да чуруня* «желтый-желтый; желтый-прежелтый»; *ньобати-да ньобати* «белый-пребелый, совершенно белый»; *хакарин-да хакарин* «черный-пречерный; совершенно черный»; *бөргө-дэ бөргө* «очень толстый» и др. [4, с. 109].

Усилительная форма качественных имен прилагательных в языке ламунхинских эвенов, как и в языках тюркской группы, в частности

в якутском языке, образуется путем редупликации первого слога прилагательных с прибавлением согласных *б, н*, например: *яб-ялдана* ‘черный-пречерный’; *чуп-чулбана* ‘синий-пресиний; очень синий’; *һуп-һулана* ‘красный-красный; очень красный’; *дуб-дулбана* ‘белый-пребелый; совершенно белый’; *чуб-чуруна* ‘желтый-прежелтый; совершенно желтый’; *ньоб-ньобати* ‘белый-пребелый; совершенно белый’ и др.

Тем же способом происходит усиление степени качественных имен прилагательных, заимствованных из русского языка, например: *жуб-жёлтай* ‘желтый-прежелтый; очень жёлтый’ и др.

Данная форма в работах эвеноведов ранее не была зафиксирована. Возможно, такое образование усилительной формы прилагательных является заимствованием из якутского языка, так как в языке эвенов Якутии интерференция наблюдается на всех уровнях языка [Там же].

В якутском языке, по мнению С.А. Иванова, «усилительная форма выражает исключительность или особую характерность данного признака: *хап-хара харах* ‘черный-пречерный глаз’, *ып-ыраас халлан* ‘чистое-пречистое небо’. Она рассматривается как препозитивное повторение первого слога основы прилагательного. Если основа имени прилагательного начинается с согласного, то перед ней ставится ее редулицированный замкнутый первый слог с прибавлением губного -п: *хап-хара* ‘черный-пречерный’, *кып-кыһыл* ‘очень красный’ и т. д.» [3, с. 159].

В томпонском говоре среднего диалекта эвенского языка значение качества может быть усилено удвоением основы, например: *Гилдэне-гилдэне охикат хоч хинмач-хинмач догриди урэкчэндулэ тикрэкэн, гонгэрэр, дьэ тавар айкиттан* ‘Если блестящая-блестящая звезда очень быстро-быстро упадет на гору, говорят, что это к лучшему’.

Аналогичная усилительная форма качественных имен прилагательных зафиксирована и в якутском языке [Там же].

Таким образом, следует отметить, что язык эвенов Якутии, в частности ламунхинский говор имеет специфические особенности по всем показателям. Эти особенности говорят не только о территориальной разобщенности эвенов, но и о далеком соседстве с другими народами, с которыми когда-либо сталкивались предки эвенов Якутии, а также о миграционных процессах, происходивших между родовыми группами эвенов. Следовательно, с целью выявления генетического родства тунгусо-маньчжурских народов необходимо привлечь исследования не только лингвистов, но и представителей таких наук, как этнография, антропология, история.

Список литературы:

1. Воронкин М.С. Диалектная система языка саха: Образование, взаимодействие с литературным языком и характеристика. Н.: Наука, 1999. — 197 с.
2. Дуткин Х.И. Аллаиховский говор эвенов Якутии. СПб.: Наука, 1996. — 144 с.
3. Иванов С.А. Грамматика современного якутского литературного языка. М.: Наука, 1982. — С. 158—160.
4. Кузьмина Р.П. Усилительные формы прилагательных в эвенском языке (на материале эвенских говоров Якутии) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2013. № 6 (24). Ч. 1. С. 108—110.
5. Лебедев В.Д. Язык эвенов Якутии. Л.: Наука, 1978 б. — 206 с.
6. Лебедев В.Д. Охотский диалект эвенского языка. Л.: Наука, 1982. — 241 с.
7. Новикова К.А. Очерки диалектов эвенского языка. М.: Изд-во АН СССР, 1960. Ч. 1. — 263 с.
8. Певнов А.М., Хасанова М.М. Мифы и сказки негидальцев. ELPR Publications Series A2-024. Osaka, 2003. — 297 с.
9. Роббек В.А. Язык эвенов Березовки. Л.: Наука, 1989. — 205 с.
10. Цинциус В.И. Очерк грамматики эвенского (ламутского) языка. Л., 1947. — 270 с.

2.2. СЛАВЯНСКИЕ ЯЗЫКИ

СЕВЕРОЛЕМКОВСКИЕ ПЕРЕСЕЛЕНЧЕСКИЕ ГОВОРЫ КАК ОБЪЕКТ ДИАЛЕКТОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ В ОТРАСЛИ ФОНЕТИКИ

Гнатюк Мирослава Васильевна

*старший преподаватель кафедры украинского языка
Национального университета «Львовская политехника»,
г. Львов, Украина*

E-mail: mur_vas@ukr.net

NORTHERN LEMKO RESETTLEMENT DIALECTS AS AN OBJECT OF DIALECTOLOGICAL RESEARCHES IN THE PHONETIC BRANCH

Myroslava Hnatyuk

*senior Lecturer of the Ukrainian language
Department Lviv Polytechnic National University,
Lviv, Ukraine*

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены важнейшие диалектологические исследования говоров северных лемков в отрасли фонетики во время компактного проживания их носителей. Полученный материал является исходной базой для дальнейшего сопоставительного изучения фонетических особенностей современных северолемковских переселенческих говоров.

ABSTRACT

The most important dialectological works of dialectical researches during the compact living of their native speakers are considered in this article. The received material is an initial base for the further comparative learning of phonetics peculiarities of the modern northern lemko resettlement dialects.

Ключевые слова: северолемковские говоры; диалектная речь; фонетика.

Keywords: Northern Lemko dialects; dialect speech; phonetics.

Северолемковские переселенческие говоры принадлежат к самым западным говорам украинского языка. Ученых-диалектологов прежде всего они интересовали наличием архаических диалектных черт, обусловленных изолированным расположением относительно основного украинского массива, а также существованием различных особенностей, вызванных многовековым контактированием с польским и словацким языками, а также с их диалектами. Однако после т. н. акции «Висла» (1945—47 гг.) компактность проживания носителей говора значительно изменилась: лемков принудительно выселили в различные области Украины и на запад Польши, в результате чего единая лемковская группа вынуждена проживать по разным сторонам границы. Потерявшая свое единство, она оказалась в новом для себя языковом и диалектном окружении, что неизбежно повлекло сильные изменения в системе диалекта.

Несмотря на очевидную необходимость диалектологического изучения сложившихся процессов на различных языковых уровнях в северолемковских переселенческих говорах, долгое время языковая ситуация в новых для представителей говоров условиях не получало должного внимания. Лишь в последнее время начали появляться работы этого направления [напр., 1]. Для изучения нынешнего состояния диалектной речи северных лемков в отрасли фонетики, лексики, грамматики, необходимо определить базу важнейших трудов ученых, которые описывали первоначальную систему говоров.

Первыми, кто обратил внимание на лемковские говоры, были ученые первой половины XIX века. Среди них был И. Вагилевич, который еще в 40-ые годы позапрошлого века начал изучать речь северных лемков, оставив нам рукопись “*Łemki — mieszkańcy zachodniego wzgórze Karpat* (Лемки — жители западных склонов Карпат)” (1841) (украинский перевод и подготовку к печати со вступительными замечаниями осуществил И. Красовский [5, с. 76—80]). В пятом разделе этого труда под названием «наречие» помещен небольшой словарь лемковских лексем, который хоть и не претендует на полное описание лемковского диалекта, однако может понадобиться исследователям при изучении изменений в говорах лемков и прослеживании развития диалектной речи. А в исследовании Русина-Лемко “*Ннкоторыйи слова уживаны въ щоденной Лемковской Бешдн*” (1872) приведены характерные черты этого

говора [18, с. 121—122]. Автор отметил, что описанное является еще недостаточным, чтобы изучить речь лемков, а для глубокого познания этого говора нужно “конче чути бешдующого Лемка и съ нимъ долшій часть жити” [18, с. 122].

Следовательно, только во второй половине XIX в. положено начало специальных диалектологических исследований лемковского говора, осуществлено экспедиции с целью записи и анализа речи жителей северной Лемковщины.

Прежде всего, особого внимания заслуживают работы И. Верхратского, содержащие основательные сведения об этом языковом ареале [6; 7]. В монографии “Про говір галицьких лемків” (1902) ученый собрал много фактического материала, проанализировал фонетические, морфологические и частично синтаксические черты этих говоров, подал значительный по объему словарь (3084 лексем) [8, с. 388—489].

Без сомнения, ключевыми при изучении северолемковских говоров независимо от современного расселения их носителей стали труды И. Зилинского. Ученый начинал с изучения диалектной речи одного села [11], а затем при определении границ лемковского говора в описательных работах, касающихся украинской языковой территории вообще, привлек значительное количество говоров с северолемковского ареала [34; 33]. Одной из весомых работ этого языковеда является исследование “Лемківська говірка села Явірок” (1938), в которой И. Зилинский подробно рассмотрел фонетические и морфологические черты этого говора [11, с. А 178-А 212]. В работе “Так зване “sandhi” в українській мові” (1927) И. Зилинский высказал свои соображения о специфике лемковских говоров [12]. На основе материалов из 64 сел 25 уездов в Галиции и из нескольких сел Буковины и Закарпатья ученый признал, что “далеко йдуче “sandhi”, котре зрештою не всюди виступає цілком послідовно й місцями або нераз і в індивідуальній вимові виказує ріжні хитання, обіймає, загально беручи, говори закарпатських і галицьких Лемків, Замішанців і т.зв. долівський говір в долині р. Сяну” [12, с. 308].

Украинский языковед И. Шемлей подготовил и издал научный очерк “Z badań nad gwarą łemkowską” (1934) о носовых гласных, сонантах, сочетании плавных согласных с древними ерами (на основе записей из сел Лемковщины) [32]. Ученый разделил на три типа рефлексов бывших носовых в лемковских говорах: 1) *a* вместо *o*: ¹кады, ¹тады; 2) *e* вместо *ę*: ¹шест'а, ¹месо; 3) рефлексы *ам*, *ан*, *он*, *ен*: *бр'ам'чати*, *пант'лиц'а*, ¹хомонт, ¹венгор [32, с. 167]. И. Шемлей указал на взаимосвязь лемковских говоров с соседними польскими

и словацкими, что, однако, не мешает лемкам считать свой язык истинно украинским. Как доказательство, приводит слова одной лемкини: “Ви бесідуєте з пільська, ваша бесіда планна, лем наша лемковска єст правдіво руска” [32, с. 175].

В “Мовному атласі давньої Лемківщини” (1956—1964) З. Штибер зафиксировал лексический состав северолемковских говоров до т. н. акции “Висла” [27]. В научных работах польского языковеда глубоко освещены вопросы фонетики [28; 31] и акцентуации [29] лемковского говора. В разведке “Wpływ polski i słowacki na gwary Łemków” (1936) ученый выделил три группы западнославянских воздействий (польско-словацкие, польские, словацкие) на лемковский говор, причислив к каждой из них, в основном, фонетические особенности [30].

В послевоенный период, в частности в 60-^{ые} годы XX века, одним из первых в Украине начал исследовать речь переселенных лемков Д. Бандрицкий. Ученый отметил, что сдвиги происходят прежде всего в фонетике и лексике; описал характерные фонетические, морфологические и синтаксические особенности лемковского диалекта переселенцев. С тех пор, когда более трети века Д. Бандрицкий исследовал эти говоры, произошли опять значительные их изменения — ведь выросло целое поколение, речь которого в то время ученые вообще могли и не принимать во внимание [2, с. 94—99]. Поэтому мы считаем, что сегодня становится актуальным еще одно направление в исследовании северолемковских говоров, а именно: описание этапов в процессах нивелирования переселенческих говоров в иной диалектной среде (например: в 60-ые гг. XX века и в первое десятилетие XXI века).

Диалектный материал из Северной Лемковщины часто использовал Ю. Шевелев во время объяснения развития звуковых явлений в “Історичній фонології української мови” (2002) [22].

Важной отправной точкой для изучения фонетики говора могут стать также работы по словообразованию, грамматике и лексики северолемковского говора [14; 16; 15; 3; 23; 19]. Лексикографические издания, представляющие этот говор, также являются неоценимой базой для фонетических исследований. За последние годы в Украине напечатано ряд диалектных словарей, но ни один из них мы не можем считать полным словарем лемковского говора, которого, к сожалению, у нас еще нет [4; 17; 15; 10]. К примеру, в “Словнику села Тилич на Лемківщині” (2011) помещена общая характеристика говора — описано диалектные особенности на фонетическом, акцентуационном, морфологическом и синтаксическом уровнях [21, с. 7—13].

Дополняют научную базу исследования диалектологов соседних государств. Над лингвистическим исследованием лемковских говоров в Польше работают, в основном, Я. Ригер [26], М. Лесив [13], а также их ученики и последователи [24; 25]. В России защищена кандидатская диссертация о функционировании современных лемковских переселенческих говоров в Польше и Украине, в которой описано социолингвистическую ситуацию лемковского говора, изучены нынешние языковые изменения, установлены следствия интерференции контактирующих с этим говором польского и украинского языков [1].

Значительные наработки украинских и зарубежных диалектологов в области изучения лемковских говоров на разных исторических этапах дало основание к составлению библиографии, которую ежегодно пополняют новые имена ученых, в разных аспектах исследующих лемковские говоры уникального украинскоязычного ареала [9].

Несомненно, обзор важнейших работ показал наличие значительных наработок в изучении фонетики северолемковских говоров на разных исторических срезах. Все же в дальнейшем для диалектологии чрезвычайно важно максимально интенсивно фиксировать лемковские говоры (ведь ежегодно уменьшается количество диалектоносителей) и углубленно анализировать речь тех лемков, которые, оказавшись рассредоточенными по обе стороны украинско-польской границы, еще до сих пор сумели сохранить язык своих прародителей. Без сомнения, в северолемковских переселенческих говорах до сих пор сохранены значительные по объему и важные по своему общеславянскому и всеукраинскому значению архаичные черты, фонетические в частности, которые могут быть основой объяснений происхождения того или иного языкового явления. Сбор и публикация диалектных материалов сегодня стали насущной потребностью, поскольку ежегодно происходит интенсификация ассимилятивных процессов в речи лемков-переселенцев разных возрастов.

Список литературы:

1. Алексеева М.М. Функционирование современных переселенческих лемковских говоров в Польше и на Украине: языковая ситуация и языковые изменения: диссертация ... кандидата филологических наук: 10.02.03 / Алексеева Мадина Михайловна. М., 2009. — 264 с.
2. Бандрівський Д.Т. Деякі особливості говірки лемківських переселенців у с. Липівці на Дрогобиччині. // Діалектологічний бюлетень. Київ, 1961. — Вип. VIII. — С. 94.
3. Бачинська Г.В. Антропонімкон переселенців з Польщі / Автореф. дис. канд. філол. наук. Івано-Франківськ, 2001. — 18 с.

4. Бігуняк А., Гойсак О. Лемківський словничок. — 1997. — 46 с.
5. Вагилевич І. Лемки — мешканці Західного Прикарпаття / пер. укр. І. Красовського // Народна творчість та етнографія. Київ, 1965. — № 4 — С. 76—79.
6. Верхратський І. Говір замішанців // ЗНТШ. Львів, 1894. — Т. 3. — С. 153—210. Додаток: Словарець: с. 188—210.
7. Верхратський І. Знадоби до пізнання угорських говорів. Говори з наголосом сталим // ЗНТШ. Львів, 1901. — Т. 40. — Кн. 2. — С. 15—210.
8. Верхратський І. Про говор галицьких лемків // Зб. Філологічної Секції НТШ. Львів, 1902. — Т. V. — 489 с. Додаток: Словарець: с. 388—489.
9. Денисюк В., Гнатюк М. Матеріали до бібліографії лемківських говірок // Діалектологічні студії. 7: Традиції і модерн / Відп. ред. П. Гриценко, Н. Хобзей. Львів, 2008. — С. 301—322.
10. Дуда І. Лемківський словник. 26 000 слів. Тернопіль: Астон, 2009. — 376 с.
11. Зілинський І. Лемківська говірка села Явірок // Lud Słowiański. Kraków, 1938. — Т. III. — 2А. — s. A178-A212.
12. Зілинський І. Так зване “sandhi” в українській мові. Kraków: Scacoviae Sebethner u wolff, 1927. — V. 2. — S. 301—311.
13. Лесів М. Українські говірки в Польщі. — Варшава, 1997. — С. 9—82.
14. Панцьо С. Лемківський фольклор як джерело дослідження діалектного словотвору // Науковий вісник Чернівецького університету: Слов'янська філологія. Чернівці, 2000. — С. 136—140.
15. Панцьо С. Матеріали до словника лемківських говірок (дієслівна лексика). Тернопіль: Джура, 2009. — 108 с.
16. Панцьо С. Словотвірний розряд назв осіб жіночої статі у лемківському діалекті // Сучасні проблеми мовознавства та літературознавства: Збірник праць Ужгородського університету. Ужгород, 2000. — Вип. 11. — С. 161—166.
17. Пиртей П. Короткий словник лемківських говірок / Упорядкування й підготовка до друку С.Д. Турчин. Івано-Франківськ, 2004. — 364 с.
18. Русин-Лемко [Астряб М.] Нкаторыи слова ужываны въ щоденной Лемковской Бешдн // Временник Ін-та Ставропігійського з Місяцесловом на год простий 1873. Львів, 1872. — С. 121—122.
19. Ступінська Галина. Загальна характеристика природи лемківського фраземікону // Наукові записки. Серія: Мовознавство. Тернопіль: ТДПУ, 1999. — Вип. 2. — С. 48—57.
20. Ступінська Г.Ф. Фразеологічний словник лемківських говірок. Тернопіль: Навчальна книга — Богдан, 2013. — 464 с.
21. Турчин С. Словник села Тилич на Лемківщині. Львів: Українська академія друкарства, 2011. — 384 с.

22. Шевельов Ю. Исторична фонологія української мови / перекл. з англ. Вакуленка С., Даниленка А. Харків, 2002. — 1054 с.
23. Шумицька Г. Словотвір апелятивних іменників у північнолемківських говірках української мови / Автореф. дис. канд. філол. наук. Ужгород, 2001. — 19 с.
24. Lewicka U. Sytuacja językowa ukraińskich przesiedleńców ze wsi Terka // Język mniejszości w otoczeniu obcym / pod redakcją Janusza Riegera. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe "Semper", 2002. — S. 183—200.
25. Onyszkanycz-Kowalska M. Sytuacja gwary łemkowskiej i ukraińskiego języka literackiego w Rzepedzi // Język mniejszości w otoczeniu obcym. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe "Semper", 2002. — S. 201—206.
26. Riger J. Słownictwo i nazewnictwo łemkowskie. Warszawa, 1995.
27. Stieber Z. Atlas językowy dawnej łemkowszczyzny. Łódź, 1956—1964. — Zeszyt I—VII.
28. Stieber Z. Dialekt Łemków. Fonetyka i fonologia. Wrocław, 1982. — 112 s.
29. Stieber Z. Materiały akcentowe dawnej łemkowszczyzny // Slavia Orientalis. Warszawa, 1959.
30. Stieber Z. Wpływ polski i słowacki na gwary Łemków // Świat językowy słowian. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1974. — S. 474—479.
31. Stieber Z. Z fonetyki historycznej dialektu Łemków // Świat językowy słowian. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1974. — S. 448—464.
32. Szemlej J. Z badań nad gwarą łemkowską // Lud Słowański. Kraków, 1934. — T. III. — z. 2. — S. A161-A178.
33. Zilyns'kyj Ivan. A Phonetic Description of the Ukrainian Language. Harvard, 1979. — 212 p.
34. Ziłyński J. Opys fonetyczny języka ukraińskiego. Kraków: Prace Komisji Językowej PAU, 1932. — № 19. — 168 s.

2.3. ГЕРМАНСКИЕ ЯЗЫКИ

ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ НЕОЛОГИЗМОВ-КОМПОЗИТОВ ЛЕКСИКИ МАРКЕТИНГА СОВРЕМЕННОГО НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА

Горбач Оксана Васильевна

старший преподаватель

*Национального педагогического университета им. М.П. Драгоманова,
г. Киев*

E-mail: gorbatch@bigmir.net

PRINCIPAL FACTORS OF NEOLOGISMS-COMPOSITES' ORIGIN OF MODERN GERMAN MARKETING LEXIS

Oksana Gorbach

*senior teacher of National Pedagogical Dragomanov University,
Kyiv*

АННОТАЦИЯ

Целью статьи является определение основных лингвистических и экстралингвистических факторов возникновения неологизмов в лексике маркетинга современного немецкого языка. В процессе исследования активно применялись социолингвистический и психолингвистический подходы, а также метод компонентного анализа. Выявлены такие экстралингвистические факторы, как особенности исторического развития отрасли знания, социально-ситуативный фактор и фактор контактирования немецкого языка с другими языками. Лингвистическими факторами являются принцип языковой экономии, стремление к обобщению, тенденция к дифференциации.

ABSTRACT

The aim of the article is to define principal linguistic and extralinguistic factors of neologisms' origin in marketing lexis of modern German. During the research there were used sociolinguistic and

psycholinguistic approaches as well as componential analysis approach. There were elicited such extralinguistic factors as peculiarities of historical development of a subject area, social and situational factor and contacting factor of German with other languages.

Ключевые слова: номинация; неологизм; социально-ситуативный фактор; контактирование; языковая экономия; стремление к обобщению; тенденция к дифференциации.

Keywords: naming; neologism; social and situational factor; contacting; linguistic economy; aiming for generalization; tendency to differentiation.

Современное общество пребывает в процессе постоянного развития: происходят изменения не только во внутреннем мире человека, но и в сфере науки, техники и культурной жизни. При этом незначительные и незаметные на первый взгляд предметы, явления и процессы требуют и получают определенное словесное оформление. Так возникают новые слова и развиваются новые значения уже существующих и активно функционирующих в языке лексических единиц.

Появление новых слов в лексике современного немецкого языка обусловлено факторами лингвистического и экстралингвистического порядка.

Экстралингвистические причины возникновения новых слов в языке исследовались многими известными лингвистами (Ю.С. Сорокин, Н.З. Котелова, А.А. Брагина, В.И. Заботкина, В.В. Лопатин, И.Ф. Протченко, Е.В. Розен, Т.Р. Кияк, Ю.А. Зацный, D. Herberg, S. Heusinger, T. Schippan и другие), но проблема их системного рассмотрения и анализа в рамках исследуемой специальной лексики современного немецкого языка остается открытой.

Анализируя причины обновления лексики, выделяют некоторые факторы, которые стимулируют возникновение новых слов. Одним из таких факторов считается утилитарность наименования, то есть стремление к большей точности и краткости выражения или, наоборот, — к расплывчатости мысли, к отходу от ясности наименования. Важным стимулом возникновения новых слов является также проявление эстетизма в общественной жизни вообще и в художественной культуре в частности, что ведет к процессам возрождения старых слов. В современном обществе важное значение имеют понятия моды, престижа, новизны, которые проявляются не только во внешнем виде, образе жизни и привычках носителей языка, но и в языковом оформлении процесса обмена информацией.

Поскольку на современном этапе исторического развития Германия является государством с высокими показателями экономического и политического развития, бесспорным и очевидным является **влияние социальных факторов** на словарный состав современного немецкого языка. Социальными факторами является комплекс общественных, исторических, экономических, культурных, идеологических и других экстралингвистических условий и предпосылок внутривидового и функционального развития языка [1, с. 110].

Изучение исторических этапов развития и экономической сути маркетинга как важной и актуальной части экономической науки подтверждает необходимость знания и понимания причин возникновения и развития определенной отрасли знаний, а именно маркетинга, для пояснения факторов появления как специального языка маркетинга в составе современного немецкого языка, так и появление новых слов в его лексике.

Слово **Marketing** появилось в терминологической лексике немецкого языка в 50-х годах прошлого столетия после того, как в университетах США были прочитаны первые лекции по новой экономической дисциплине. Если сначала под понятием «маркетинг» понимался только сбыт товаров, на который наблюдался достаточный спрос населения, то со временем сначала в США, а потом и в странах Европы оно приобрело новый смысл: *Marketing als Philosophie einer marktorientierten Führung des gesamten Unternehmens, in welchem der Absatzmarkt den Ausgangspunkt aller strategischen und taktischen Planungen bildet* [5, с. 3].

На всех этапах своего развития лексика маркетинга развивалась в очень быстром темпе соответственно с потребностями науки и носителей языка как в специальной (терминологической) сфере, так и в сфере повседневной коммуникации, поскольку маркетинг является не только экономическим, но и социальным явлением, так как влияет на людей, их сознание и желания, а также меняется и попадает под влияние политических, географических и культурных факторов.

В связи с этим важную роль играет также **социально-ситуативный фактор**, действие которого определено экстралингвистической ситуацией, которая предполагает существование государства с высоким уровнем экономического развития, для которого характерны социально-экономические преобразования в условиях научно-технической революции. Расширение сферы функционирования маркетинга способствует увеличению числа носителей языка, которые используют в своем языковом пространстве лексику маркетинга и нуждаются

в новых языковых единицах для обозначения новых процессов и явлений маркетинга.

Большое количество заимствованных слов из классических и современных европейских языков является результатом действия **контактирования современного немецкого языка** как фактора экстралингвистического характера. Таким образом, основными экстралингвистическими факторами возникновения сложных неологизмов в лексике маркетинга являются: 1) особенности исторического развития отрасли знания; 2) социально-ситуативный фактор; 3) контактирование с другими языками как причина заимствований слов и словообразовательных средств.

Пополнение лексического состава языка регулируется также лингвистическими процессами в лексике. Для развития лексико-семантической системы характерными являются процессы заимствования, словообразования, дифференциации вариантов слов, процессы лексикализации морфологических форм слов, делексикализации слов, формального, семантического слияния (конвергенции) слов, архаизация лексических единиц, увеличение количества неологизмов, фразеологизация, дефразеологизация и т. д.

К процессам, которые происходят в лексической подсистеме, направлены на усовершенствование системы обозначений и способствуют процессу неологизации, в результате которого возникают новые лексические единицы, относятся следующие:

- Действие порождающей функции языковой системы, результатом которой является большое количество лексических инноваций, которые возникают с целью трансноминации уже известных понятий. Эта функция способствует возникновению тех или иных членов словообразовательного гнезда, обогащению словарного состава словами от ранее известных слов.

- Принцип языковой экономии (по А. Мартине), который проявляется в замене словосочетаний, для которых, как правило, характерны признаки устойчивой языковой номинации, более эффективными по своей форме однословными наименованиями. Принцип языковой экономии считается своеобразной реакцией на чрезмерные физиологические усилия, на любые неудобства, которые усложняют работу памяти, функционирование мозга, а также на усилия, связанные с процессом создания и восприятия речи [4, с. 27].

- Формой реализации языковой экономии являются сложные слова — объект нашего исследования. Преимущество сложных слов перед словосочетаниями объясняется их прозрачной внутренней

формой, компактностью формы и легкостью восприятия. Правда, мотивированность словообразовательной конструкции может вызвать неправильное толкование содержания композита — фактор, который препятствует стабилизации лексики. Языковую экономию следует понимать не только так, что языковые средства входят в сферу употребления только в том случае, если они обеспечивают короткую форму выражения, как, например, сокращения, — понятие языковой экономии предусматривает достижение максимального коммуникативного эффекта самыми простыми средствами. Мотивированность может усилить коммуникативный эффект, оттеняя значение, хотя это может привести к сложностям понимания. С рационализацией языка связывают также аббревиацию, поскольку для нее характерна экономность, сокращение «площади» словесных знаков. Экономия языковых средств может проявляться не только в возникновении новообразований, но и в заимствовании слов и основ из других языков.

Большинство слов немецкого и иноязычного происхождения вступают в словообразовательные процессы, принимают активное участие в процессах номинации новых понятий, которые возникают в связи с изменениями в окружающей действительности [3, с. 104—105] и способствуют увеличению количества сложных слов в специальной лексике маркетинга современного немецкого языка. Например, частотный компонент *-analyse* греческого происхождения употребляется в ряде композитов лексики маркетинга: *Gewinnanalyse*, *Kosten-Nutzen-Analyse*, *Ergebnis-Analyse*, *Kundenanalyse*, *Verkaufsanalyse*, *Vertriebsanalyse*, *Bedarfsanalyse*. Также высоким уровнем частотности характеризуются компоненты латинского происхождения *Konsum-* и *Konsumenten-*: *Konsumausgaben*, *-bedarf*, *-bereich*, *-bereitschaft*, *-einschränkung*, *-korb*, *-kraft*, *-wahl*, *-waren*, *-welle*; *Konsumentenbefragung*, *-forschung*, *-nachfrage*, *-werbung*, *-wunsch*.

Актуальным и частотным в процессе образования сложных слов лексики маркетинга является компонент, заимствованный из французского языка — *Preis*: *Preisabbau*, *-änderung*, *-angleichung*, *-anhebung*, *-beobachtung*, *-bewegung*, *-erwartung*, *-höhe*, *-kampf*, *-lage*, *-lenkung*, *-schätzung*.

Таким образом, подчинение языковых средств закону языковой экономии соответствует стремлению современного общества к увеличению информативности текста за счет его сокращения, а также объясняется определенными прагматическими целями — экономией площади печатных материалов и эфирного времени телевизионного и радиовещания [2, с. 65].

- Стремление к обобщению является причиной возникновения неологизмов, которые не называют новых реалий. Суть данного процесса определяется потребностью дать общее родовое название однотипным явлениям, предметам и понятиям. Семантические инновации, возникающие в русле анализируемой тенденции, демонстрируют один из общих законов развития языка — закона абстрагирования, в соответствии с которым на основе одних, более конкретных элементов языковой структуры, развиваются другие, менее конкретные.

- Тенденция к дифференциации определяется необходимостью дать отдельное наименование каждому виду того или иного рода и таким образом установить родовидовые отношения. В связи с этим возникают новые слова, преимущественно сложные, которые уточняют известные ранее общие понятия, например: *Markt* «рынок» — *Absatzmarkt* «рынок сбыта», *Verkäufermarkt* «рынок продавцов», *Verbrauchsmarkt* «рынок товаров широкого потребления», *Käufermarkt* «рынок покупателя»; *Werbung* «реклама» — *Verkaufswerbung* «торговая реклама», *Straßenwerbung* «дорожная реклама», *Rundfunkwerbung* «радиореклама, реклама по радио», *Massenwerbung* «реклама, рассчитанная на широкие круги потребителей».

- Переосмысление старых слов, преимущественно семантических архаизмов, то есть слов и оборотов, которые сохранили прежнюю форму, но приобрели новые значения или были вытеснены молодыми синонимами. Возвращаясь в сферу активного употребления, архаизмы часто приобретают новую стилистическую окраску и новую сферу функционирования.

- К факторам внутреннего развития языка относятся также взаимодействие лексических слоев, миграция периферийной лексики к центру лексического фонда и наоборот (от центра на периферию словарного состава), переход слов из одних категорий частей речи в другие, динамика семантической структуры слова, вариантность слова, активизация интернационализмов.

Только взаимодействие факторов лингвистического и экстралингвистического развития лексического состава языка формирует достоверное представление о разностороннем и полном развитии лексики, а также подтверждает мысль о необходимости учитывать не только лингвистические, но и экстралингвистические факторы возникновения неологизмов в языке.

Список литературы:

1. Влияние социальных факторов на функционирование и развитие языка. — М.: Наука, 1988. — 200 с.
2. Гульга Е.В., Розен Е.В. Новое и старое в лексике и грамматике немецкого языка. — Л.: Просвещение, 1977. — 160 с.
3. Крысин Л.П. К определению терминов «заимствование» и «заимствованное слово» // Развитие лексики современного русского языка. — М.: Наука, 1965. — С. 104—116.
4. Серебrennikov Б.А. Вероятностные обоснования в компаративистике. — М.: Наука, 1974. — 352 с.
5. Scharf A., Schubert B. Marketing: Einführung in Theorie und Praxis. — Stuttgart: Schäffer-Poeschel, 2001.

ЭТИКЕТИЗАЦИЯ АМЕРИКАНСКОГО СУДЕБНОГО ДИСКУРСА

Дёмкина Елена Викторовна

*канд. филол. наук, ассистент кафедры английской филологии
Института филологии Киевского национального университета
имени Тараса Шевченко
E-mail: ldiomkina@ukr.net*

ETIQUETTIZATION OF AMERICAN COURTROOM DISCOURSE

Diomkina Olena

*candidate of philological sciences,
assistant of English Philology Department, Institute of Philology,
Taras Shevchenko National University of Kyiv*

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются лексико-грамматические и синтаксические средства этикетизации судебного дискурса, изучается роль и значимость речевого этикета на заседаниях Верховного Суда США, освещаются вопросы лингвистической репрезентации социального и профессионального статуса коммуникантов в институциональном общении.

ABSTRACT

The article investigates into lexical-grammatical and syntactic etiquettization means in courtroom discourse, examines the role and importance of speech etiquette at the US Supreme Court arguments, highlights different aspects of linguistic representation of communicants' social and professional status in institutional communication.

Ключевые слова: судебный дискурс, этикетизация, речевой этикет, этикетные конструкции, хеджинг.

Keywords: courtroom discourse, etiquettization, speech etiquette, etiquette expressions, hedging.

Вопросы языковой оптимизации речевого взаимодействия коммуникантов в условиях институционального статусного неравенства в последние годы находятся в центре внимания теории

коммуникации, теории речевого воздействия, психолингвистики и социолингвистики.

Одним из широко исследуемых видов институционального дискурса является судебный дискурс. Научная актуальность изучения разных аспектов судебного дискурса, в том числе и судебного речевого этикета, связана с тем, что в отличие от лично-бытового общения, в ходе институционального общения в суде участники являются представителями определенных социальных институтов. Говорящий действует в рамках установленных статусно-ролевых норм и предписаний, соответствие которым способствует достижению его коммуникативных целей.

Поскольку процессы статусно-ролевой дифференциации участников судебного заседания находят свое социально-культурное оформление в этикете, ситуация общения в суде включает в себя момент фиксирования и передачи лингвистическими средствами социального статуса собеседников, регулируемый этикетными нормами, принятыми в профессиональной среде. Таким образом, смысл существования особого судебного этикета и заключается именно в том, чтобы, выделять и закреплять статусы коммуникантов относительно друг друга. От правильной оценки статуса зависит адекватный выбор речевого поведения [3, с. 78], а также эффективность достижения конкретной коммуникативной цели (принятие судебного решения в пользу одной из сторон).

На основе обобщенного анализа лингвистических и философско-этических интерпретаций понятия этикета исследователи подчеркивают, что сегодня наблюдается многозначность его использования в качестве универсального дискурса культурной поведенческой активности. Под речевым этикетом понимают сложную систему знаков, которые во время общения (вербального и невербального) указывают на отношение к другому человеку — собеседнику, его оценку и оценку своей позиции относительно адресата [7, с. 28].

В широком смысле речевой этикет — это социально заданные и национально-специфические правила речевого поведения в ситуациях установления, поддержания и размыкания коммуникативного контакта, ведения коммуникации в выбранной тональности, согласно социальным ролевым позициям и личностным отношениям коммуникантов, в официальной и неофициальной ситуации общения [5, с. 28]. Речевой этикет в этом понимании непосредственно связан с регулированием вербального взаимодействия (метакоммуникативный уровень общения) и с реализацией определенных речевых актов, способствующих гармоничности социальных отношений коммуникантов [1, с. 19].

Учитывая значимость языковых средств убеждения и аргументации, для судебного дискурса особую значимость приобретает категория этикетизации — специфическая функционально-коммуникативная категория, при помощи которой реализуется персуазивная интенция адресанта в плане повышения эффективности коммуникации. К средствам выражения категории этикетизации относятся текстуальные структурно-композиционные и интерперсональные коммуникативные единицы, ряду которых свойственна культурная специфика, а также невербальные визуально-риторические средства [2, с. 3]. В свою очередь, этикетность общения — функционально-коммуникативная и когнитивная категория, которая классифицирует высказывания по степени их уместности в конкретных условиях общения. Она воплощает проявления социализации, заинтересованности в собеседнике [4, с. 12]. Этикетизированность является приобретенной вследствие типичности в определенном дискурсе свойством языковой единицы, которая характеризует ее функциональную способность способствовать улучшению течения коммуникации и достижению коммуникативных целей адресанта с учетом фактора адресата [6, с. 7].

В судебном дискурсе наличие языковых средств этикетизации особенно четко проявляется в речи участников коммуникации с более низким социальным и профессиональным статусом. В институциональном диалоге «адвокат-судья» таковым, безусловно, является адвокат. Речь адвоката в зале суда всегда начинается с разрешения Главного судьи. Роль говорящего переходит к собеседнику, который ниже по статусу, только по прямому указанию или с согласия судьи — коммуниканта с более высоким статусом. Кроме контроля над меной коммуникативных ролей судьям на заседании также принадлежит эксклюзивная роль в осуществлении тематического коммуникативного контроля. Естественно, в условиях строгих временных ограничений коммуникации, для адвокатов остро стоит необходимость введения новых топиков и представления таких аргументов, которые отражают суть дела в выгодном для них свете. Именно в таких ситуациях особое значение приобретают средства этикетизации.

Рассмотрим подобный пример из слушаний Верховного Суда США: MR. SRINIVASAN: Mr. Chief Justice, I think that would present a different question (12-10). В приведенной реплике адвокат пытается избегнуть ответа на вопрос судьи, вводя в обсуждение новую тему (different question). В предложении употребляется форма сослагательного наклонения, относящаяся к эксплицитным лексико-граммати-

ческим хеджам и выполняющая функцию избегания открытого коммуникативного лидерства.

Одним из способов этикетизации, характерных для судебного дискурса, является уменьшение негативного воздействия на адресата и вуалирование негативного мнения, что в языковом плане может выражаться в употреблении конструкции “*Yes, but...*” (так называемое «притворное согласие») или стереотипных этикетных конструкций (например, *with due respect, respectfully*): MR. HANSEN: Well, I don't think it has a new function, Your Honor, with due respect (12-398). Такие конструкции выступают своего рода компенсаторными средствами. Они необходимы адвокатам для того, чтобы подчеркнуть, что заседание контролируется именно судьей.

На синтаксическом уровне существует целый ряд языковых средств этикетизации, которые способствуют достижению коммуникативных целей опираясь на способы построения дискурса, облегчающие декодирование информации. Среди них выделяют парцелированные, сегментированные и параллельные синтаксические конструкции, а также семантически активные модели, которые образуются путем расширения синтаксического статусного ряда (например, однородные члены предложения) [6, с. 9].

Рассмотрим один из примеров этикетизации на синтаксическом уровне: It is now 33 years after Chakrabarty, 31 years after the first isolated gene molecule patents issued, and 12 years after the Patent and Trademark Office issued its carefully reasoned Utility Guidelines confirming that new isolated gene molecules are eligible for patents. And it's almost 16 years after Myriad's patents began to issue, Patents ... (12-398). Представленный фрагмент речи адвоката построен на анафорическом повторении в параллельных синтаксических конструкциях. Стратегическое размещение основного смыслового элемента (*years after*) в инициальной позиции параллельных синтаксических структур позволяет автору привлечь внимание судей к своему основному аргументу (наличию прецедентов, формировавшихся в течении долгого срока). Этикетизированность подобных конструкций обусловлена их способностью структурировано представлять информацию, что способствует облегчению ее восприятия благодаря активизации одной синтаксической структуры [6, с. 11].

В аспекте этикетизации интересными представляются формулы окончания речи адвоката. В реплике, которой адвокат заканчивает речь, употребляются ограничительные конструкции, выраженные, как правило, придаточными предложениями условия: MR. ANDRE: If

there are no further questions, I'd like to save the rest of my time for rebuttal (05-7058).

В целом, необходимо отметить, что этикетизация характерна для судебного дискурса, что обусловлено его персуазивной природой и поиском путей оптимизации достижения коммуникативных целей. В ходе исследования была отмечена статусная дифференциация лексико-грамматических и синтаксических средств этикетизации, а также их высокий потенциал в плане повышения эффективности коммуникации.

Иллюстративный материал:

Транскрипты слушаний Верховного Суда США, размещены на официальном Интернет-сайте Верховного Суда США.

http://www.supremecourtus.gov/oral_arguments/argument_transcripts.html

12-10 — Case № 12-10: Agency for International Development v. Alliance for Open Society International.

12-398 — Case № 12-398 Association for Molecular Pathology v. Myriad Genetics.

05-7058 — Case № 05-7058 Jones v. Bock.

Список литературы:

1. Азнабаева Л.А. Принципы речевого поведения адресата в конвенциональном общении: автореф. дис. на... докт. филол. наук. — Уфа: Башк. ун-т, 2000. — 47 с.
2. Ильченко О.М. Этикетизация англо-американского научного дискурса: автореф. дис. на ... д-ра филол. наук. — К.: Київськ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка, 2002. — 37 с.
3. Лихачева Л.С. Этикет в социальном взаимодействии: полипарадигмальный подход. — Екатеринбург: Уральское изд-во, 2000. — 155 с.
4. Почепцов Г.Г. Коммуникативные аспекты семантики. — К.: Вища школа, 1987. — 129 с.
5. Столярова М.О. Этикет у віртуальній англомовній комунікації (на матеріалі чатлайнових сесій): дис. на ... канд. філол. наук. — К.: Київськ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка, 2005. — 209 с.
6. Топачевський С.К. Синтаксичні засоби етикетизації англомовного рекламного дискурсу: автореф. дис. на ... канд. філол. наук. — Харків: Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, 2011. — 20 с.
7. Формановская Н.И. Речевой этикет и культура общения. — М.: Высшая школа, 1989. — 159 с.

2.4. СРАВНИТЕЛЬНО-ИСТОРИЧЕСКОЕ, ТИПОЛОГИЧЕСКОЕ И СОПОСТАВИТЕЛЬНОЕ ЯЗЫКОЗНАНИЕ

ЛЕКСИЧЕСКОЕ ВЫРАЖЕНИЕ КОНЦЕПТА «ЛЮБОВЬ» В РУССКИХ И АНГЛИЙСКИХ ФОЛЬКЛОРНЫХ ПЕСНЯХ

Сотникова Светлана Сергеевна

*канд. филол наук, зав. кафедрой теории языка, доцент
Курского государственного университета,
г. Курск*

E-mail: svetlana-s-sotnikova@yandex.ru

Салтык Алина Ивановна

*студент 5 курса факультета иностранных языков
Курского государственного университета,
г. Курск*

E-mail: saltykalina@yahoo.com

CONCEPT 'LOVE' IN RUSSIAN AND ENGLISH FOLK SONGS

Svetlana Sotnikova

*candidate of Science, Language Theory department Head,
assistant professor of Kursk State University,
Kursk*

Alina Saltyk

*5th year student at Kursk State University
Foreign Languages Department,
Kursk*

АННОТАЦИЯ

В статье автор ставит своей целью провести анализ лексики, называющей концепт «любовь» в фольклорной лирике русского и английского народов и определить этническое своеобразие вербализации данного фрагмента фольклорной языковой картины мира с использованием описательного и сопоставительного методов, а также методики компьютерной обработки текста. В результате в русских текстах такой лексики выявлено больше, однако английские лексемы имеют большую частоту употребления. Кроме того, концепт представлен разными лексемами, а лексемы с одинаковым значением не совпадают по частоте употребления.

ABSTRACT

In this article the author aimed to analyse the denotata of concept 'Love' in Russian and English folk songs. The author uses the descriptive and comparative methods as well as electronic data processing. The author makes an attempt to find ethnic peculiarities of these words. The results showed that the Russian songs contain more denotata of the concept, though the English ones are more frequent. The denotata are different in both lyrics and when they agree with each other they differ in their frequency of use.

Ключевые слова: фольклорный текст; концепт; любовь.

Keywords: folk text; concept; love.

Одним из основных понятий современной лингвистики является понятие «концепт», а методика концептуального анализа весьма популярна и активно используется в ряде лингвистических направлений. В кросскультурной лингвофольклористике анализ осуществляется на базе фольклорных текстов и основывается на «сопоставлении совокупности словоупотреблений лексем, реализующих тот или иной концепт, с последующей интерпретацией смысловых различий в словоупотреблении» [6, с. 86]. Это позволяет выявить связь семантики и культуры народа-автора фольклорных текстов.

Ранее мы уже обращались к анализу различных концептов и концептосфер на базе русских и английских фольклорных текстов [2, 3, 4]. Цель данной статьи — выявить, как в двух народно-поэтических традициях представлен концепт «любовь». Материалом для исследования послужили авторитетные в научном отношении сборники русских и английских народных песен: Великорусские народные песни, изданные проф. А.И. Соболевским [1] и Песни, собранные П.В. Киреевским [5] (741 текст); Cecil Sharp's Collection of English Folk Songs [7] (1042 текста).

Анализ фольклорных текстов показал, что концепт «любовь» в русских и английских народных песнях называют лексемы различной частеречной принадлежности. Прежде всего, — существительные: *душа* (63 словоупотребления (с/у)), *радость* (55 (с/у), *любовь* (26 с/у), *душечка* (23 с/у), *сердечушка* (6 с/у), *душа-радость* (3 с/у), *любушка-сударушка* (2 с/у), *милушка* (2 с/у), *любовь-девушка* (1 с/у), *любитель* (1 с/у), *любушка* (1 с/у), *душа-царевна* (1 с/у), *душенька* (1 с/у), *душечка-душа* (1 с/у), *сердце-лапушка* (1 с/у), *любованье* (1 с/у) и *радость-девушка* (1 с/у).

Самой частотной из них является лексема *душа* (63 с/у) и ее производные, *душа-радость* (3 с/у), *душа-царевна* (1 с/у), которые используются в качестве обращения к возлюбленной или возлюбленному: *Уж я сам тому подивился, — На тебе, душа, женился!* (Соб. 236); *Взглянь-ка, душа-радость, на меня!* (Соб. 215); *Отпирайтесь, ворота, выступи душа-царевна* (Кир. 1218). Стоит отметить, что лексема *душа* чаще всего употребляется в выражении *красна девица душа*. Например: *Где ни взялась красна девица душа* (Соб. 249).

Вторая по частоте — лексема *радость* (55 с/у), которая также употребляется как обращение к любимой девушке или любимому юноше: *Ты, девчинушка, радость моя, Пойди, выйди за меня замуж!* (Соб. 235) В одном случае в текстах песен зафиксировано сочетание *радость-девица*: *Радость-девица да полюбовница, Моя прежняя да поспоровица!* (Соб. 358)

Третьей по частоте употребления является лексема *любовь* (26 с/у) и её производные. Стоит обратить внимание на то, что слово *любовь* чаще всего описывается такими эпитетами, как: *неразлучная, прежняя, пружестокая, старая*: *Неразлучная любовь наша с тобой!* (Кир. 1253); *Пружестокая с миленьким любовь!* (Соб. 85)

Единично употребление сочетания *любовь-девушка* и лексемы *любитель*: *Сударушка, любовь-девушка!* (Кир. 1383); *Холостой мальчик, любитель дорогой, Он не чувствует любви никакой* (Кир. 1358).

Любимую девушку в текстах русских народных песен герой называет *любушка*: *Ах ты Дунюшка ли Дуня, Дуня прежняя любушка, Пружняя любушка Дуня, да не ходи-тко ты дюже поздно вечером* (Кир. 1320). Также эта лексема может встречаться в сочетании *любушка-сударушка*: *Заря белой свет в окошечко вошла: Ко мне любушка-сударушка пришла* (Кир. 1265).

Следующей по частоте употребления является лексема *душечка* (23 с/у) и ее такие производные, как *душенька* (1 с/у) и *душечка-душа* (1 с/у). Лексема *душечка* (23 с/у) используется в текстах для названия

или обращения к девушке или молодому человеку: *У наших было у ворот, Стоял душечка удалый добрый молодец (Соб. 441); Удушечки ли у красной девицы Не дождичком ли белое лицо смочило (Кир. 1248).*

Единично употребление форм *душенька* (1 с/у) и *душечка-душа* (1 с/у): *Уж как взмолился душенька молодец: Уж ты, мать-ты моя, зелена элинка, Опусти ты свое прутье-ветье Со вершиночки до самого корня ... (Кир. 1292); Что за реченькой было, за Небрагою, Не полынь-то травонька шаталася, Что шатался, валялся за душа моя, Что за душечка-душа, добрый молодец (Кир. 1392).*

Любимую девушку в русских фольклорных текстах также называют *сердце-лапушка*: *Скажи, скажи, сердце-лапушка, о том, Когда я тебе мил (Кир. 1257 (73)).*

Мужа в текстах русских песен могут называть *милушка*: *Ох ты, млада моя милушка, Муж, удала головушка! (Соб. 190).*

В английских фольклорных текстах концепт «любовь» представлен лексемами-существительными *love* (581 с/у), *lover* (66 с/у), *sweetheart* (61 с/у), *delight* (51 с/у), *beau* (7 с/у), *affection* (2 с/у), *truelove* (1 с/у).

Самая частотная из них — лексема *love* (581 с/у). Стоит отметить, что слово *love* используется не только при обозначении чувства любви, но и в качестве обращения к любимому человеку: *Come change your ring with me, my love, Come change your ring with me (Sh. 134, B)* Словом *love* называют любимую девушку или парня: *Have you seen my love pass by With her cheeks like the roses? (Sh. 411).*

Характерной особенностью употребления существительного *love* в английском фольклоре является то, что оно, в большинстве случаев, встречается с прилагательным *true*, то есть речь идет об истинной, настоящей любви: *I wish I had my true love here As free as I got my will (Sh. 7, A); O true love, true love, Saro, Don't tell me nothing so (Sh. 73).* Искренность любовного чувства является необычайно ценным качеством. Так, герой английской лирике восклицает: *Love is handsome, love is pretty, Love is charming when it is true; (Sh. 35, C).* Кроме того, в данных текстах лексема *love* встречается с прилагательным *pure*, что еще раз подчеркивает отношение к данному явлению, проявляющееся в английской народной лирике: *For love is pure will it endure And so will I for ever Till fatal death destroy my breath We'll live and die together. (Sh. 84, B).*

Также в английских текстах встречаем лексему *lover* (66 с/у): *And there they growed and turned and twined Till they gained the chancel*

top And then they turned and growed and twined And tied in a true lover's knot. (Sh. 15, B).

Единично употребление лексемы *truelove*: *There was Dido Spandigo, Gentry was there O, Little Truelove that never looked behind her (Sh. 267).*

Любимого человека в английской лирике часто называют *sweetheart* (61 с/у): *I have a sweet-heart of my own, sir, Full seven long years he has been gone from me (Sh. 144, B).*

В двух случаях любовь в английских песнях вербализует слово *affection*: *Money or no money you shall be my honey, You have my heart and affection won (Sh. 386, B).*

Номинантом любви является и слово *delight* (51 с/у): *Crying: Polly, dear Polly, my own heart's delight, If you was but living you should be my bride (Sh. 51, A).*

В семи случаях для наименования любимого используют лексему *beau*: *She smiled at his face and said there goes my beau (Sh. 223, A)*

Таким образом, проведя анализ содержания и количества русских и английских лексических единиц-существительных, описывающих концепт «любовь», нами было отмечено, что в русских фольклорных текстах используется большее разнообразие существительных с концептуальным значением «любовь», чем в английских. Тем не менее, общее количество употреблений английских существительных в несколько раз превышает количество употреблений русских существительных. Более того, необходимо отметить, что разнообразие русских имен существительных достигается за счет большого использования однокоренных слов, например, *душа, душечка, душенька*, в то время как английские существительные более разнообразны по своему корневому составу.

Концепт «любовь» в русских и английских фольклорных текстах также номинируют прилагательные. В русских текстах находим *мил* (77 с/у), *сердечный* (26 с/у), *любимый* (7 с/у), *желанный* (2 с/у) и *возлюблена* (1 с/у).

Самое частотное прилагательное — *мил* и его производные *милый, милая, миленький, мила, мил-сердечный, миленький-любезный* (общее количество словоупотреблений — 252). Милым называют друга, например, *Девка парню говорила, не таила: Ты поедешь, мил, да жениться, Заезжай ко мне да проститься (Соб. 369).* Характерным является то, что в данном случае, прилагательное *милый* часто переходит в категорию субстантивированного существительного и является синонимом слову *любимый*: *He в трубу-ль я, затрубила, Всё б я со милым, говорила (Кир. 1359).*

Единично употребление сочетаний *мил-сердечный* и *миленький-любезный*: *Мил-сердечный друг, Чаще ходи в луг!* (Соб. 336); *Пишет миленький-любезный ко мне грамотку, Раскрасавчик-любчик мой весть нерадостну* (Соб. 356).

На втором месте по частоте употребления находится лексема *сердечный* (26 с/у): *Ты убей-зарази постылаго мужа, Сохрани-сбереги сердечнаго друга!* (Соб. 116).

Следующим по частоте употребления является прилагательное *любимый*. *Уж как мой-то любимый муж, У как ваш ли родимый брат Да уехал на ярманку С дорогими товарами* (Кир. 1379).

Единично упоминание лексемы *возлюблена*: *Еще стал-же он доченьку выпрашивати: Ах ты дочка моя, дочь, дочь возлюблена моя!* (Кир. 1381)

Низкая частота употребления прилагательного *желанный* (2 с/у): *Хотя лучше и краше тебя есть, Во моем сердце желанной такой нет* (Кир. 1203).

В английских фольклорных песнях концепт «любовь» представлен прилагательными *sweet* (249 с/у), *darling* (31 с/у), *loving* (16 с/у), *fond* (11 с/у) и *adorable* (1с/у).

Самым частотным является прилагательное *sweet* (249 с/у): *You'll die, you'll die, Randal my son, You'll die, you'll die, my sweet pretty one* (Sh. 4, C).

Следующим по частоте употребления выступает прилагательное *darling* (31 с/у): *Down in your father's garden, darling, Where I and you have a-walked There groweth the finest flowers, darling.* (Sh. 18, E).

Невысоко употребление прилагательных *loving* (16 с/у) и *fond* (11 с/у): *There was a wealthy farmer, in London he did dwell, He had one lovely daughter, most loving, kind and free* (Sh. 43, D); *Come all you fond heart, Don't you know the sweet lark, Don't you know the sweet nightingale sing?* (Sh. 100, E).

В трех случаях лексема *fond* упоминается в выражении *to be fond of*: *I did not serve my mistress one year or two Until my wealthy mistress proved very fond of me* (Sh. 388, A).

Единично употребление прилагательного *adorable*: *So now this American stranger All pleasure and pastime doth see With the adorable gentle Matilda* (Sh. 117, A)

После сравнительного анализа выявленных русских и английских имен прилагательных, описывающих концепт «любовь», мы можем говорить о практически одинаковом составе лексем-номинантов. Тем не менее, английские лексемы превосходят в численном количестве употреблений в текстах.

Что касается лексем-глаголов, то в русских текстах находим глаголы *любить* (127 с/у), *полюбить* (41 с/у), *влюбиться* (3 с/у), *любоваться* (1 с/у) и *уважать* (4 с/у). Самый частотный — глагол *любить* (127 с/у): *Перестанешь, Ваня, пить, — Будут девушки любить* (Соб. 494). Стоит обратить внимание на то, что в русских песнях глагол *любить* часто употребляется с отрицанием. Например: *Теперь, миленький, не любишь ты меня, Ты не любишь и своей не зовешь* (Кир. 1351). Также в русских фольклорных песнях находим производные глагола — *полюбить* (41 с/у) и *влюбиться* (3 с/у): *Девушка молодая Полюбила парня, Парня, паренечка, Вдовина сыночка* (Соб. 235); *В воскресенье видел сударыню свою, В понедельник влюбился, Весь во вторник страдал, В среду думал сам себе: Не пожалует ли ко мне?* (Кир. 1191 (7)).

Концепт «любовь» в русской фольклорной лирике также номинируют лексемы *любоваться* (1 с/у) и *уважать* (4 с/у): *На что мылом умываться, Когда не с кем любоваться?* (Кир. 1198 (14)); *Я свекровку уважала — По утру рано вставала, По утру рано вставала* (Соб. 606)

В английской народной лирике концепт «любовь» репрезентируют лексемы-глаголы *to love* (160 раз), *to adore* (21 с/у), *to enjoy* (18 с/у) и *to admire* (14 с/у). Самым частотным является глагол *to love* (160 раз). Например: *O Sally, Although I love you so To conquer those proud rebels I am bound for to go* (Sh. 133).

Отметим, что чаще всего глагол *to love* употребляется с наречиями *so well, so dear, dearly, as my heart*, то есть можно сделать вывод о том, что в английских песнях понятие «любить кого-то» значит любить искренне и сильно: *It was of an old boatsman in Dover he did dwell And he had a little wife and he loved her so well* (Sh. 189).

Помимо глагола *to love*, концепт «любовь» называют глаголы *to adore* (21 с/у), *to enjoy* (18 с/у) и *to admire* (14 с/у), указывающие разную степень чувства. Например, *He's the lad I adore, he's the lad I adore, He's gone where I never, No never see my love no more.* (Sh. 57, B); *Now the girl that does enjoy my bonny, bonny boy I'm sure she is never to blame* (Sh. 154, A); *This is not the young man that I did admire, Either dead or alive I'll prove constant to thee* (Sh. 49, A).

Проведя анализ глаголов, описывающих концепт «любовь», мы обнаружили, что количественный состав этих слов практически одинаков в обоих фольклорных текстах, однако в русских песнях многие глаголы являются производными от глагола *любить*, тогда как глаголы в английских песнях более разнообразны по семантике и степени эмоциональной окраски.

Таким образом, проанализировав качественные и количественные характеристики лексем, репрезентирующих концепт «любовь» в фольклорной лирике, можно сделать вывод о том, что лексические средства описания концепта в русской лирике менее разнообразны, многие слова являются производными одной лексемы (например: *мил* — *милый, миленький и т. д.*). Номинанты концепта в английских песнях являются более вариативными по своему семантическому содержанию. Кроме того, лексемы-номинанты концепта в английских текстах имеют большую частоту употребления. Необходимо отметить тот факт, что наиболее частотными из английских номинантов оказались лексемы, репрезентирующие ядро концепта, а именно: *love, to love u lover*. В русских текстах наряду с номинантами ядра концепта большой частотностью обладают и номинанты его периферийных элементов: *милый, любить, душа и радость*. Это является свидетельством различного отношения представителей обеих культур к понятию «любовь», а также о различном смысле, который русские и англичане в это понятие вкладывают. Так, носители русского языка называют любимого человека *душа* или *душечка*, что может говорить о том, что русским людям характерно полностью «отдавать» себя дорогому человеку, «вкладывать в него душу», тогда как эквивалент этой лексемы в английских текстах в этом значении не встречается.

Кроме того, проанализировав сочетаемость номинантов концепта в русской и английской фольклорной лирике, можно говорить о том, что для русского фольклора присущ образ несчастной, неразделенной любви, недаром один из героев восклицает: *Рождена любовь слезами улита!* (Соб. 1358). Это может свидетельствовать о том, что для русской культуры характерно понимание любви как чувства, которое нередко приносит боль, страдания, несчастья. В английских текстах чаще фигурирует искренность, правдивость любовного чувства, о чем свидетельствует частота употребления лексемы *love* с прилагательным *true*. Это может говорить о том, что для английской культуры более характерно стремление к идеальному, настоящему чувству, возвышенное отношение к любви, тогда как для русской культуры — наличие некой «ветрености», непостоянства, выраженного в образе молодца, который любил-любил, да разлюбил.

Общим для обеих фольклорных традиций оказался такой периферийный признак концепта, как мотив разлуки, красной нитью проходящей как через русскую, так и через английскую лирику.

Список литературы:

1. Великорусские народные песни / изданные проф. А.И. Соболевским. — Т. 2. — СПб.: Гос. тип., 1896. — 620 с.; Т. 3. — СПб.: Гос. тип., 1899. — 532 с. (Соб.).
2. Воронцова С.С. Концепт «Музыка» в фольклорно-песенной традиции русского и английского народов // Теория языка и межкультурная коммуникация: межвузовский сборник научных трудов. № 2 (8). — Курск: Изд-во КГУ, 2010. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://tl-ic.kursksu.ru/> (дата обращения 03.08.2013).
3. Воронцова С.С. Концепт «Семья» в русской и английской фольклорной песни (статья) // Теория языка и межкультурная коммуникация: межвузовский сборник научных трудов. № 2 (10). — Курск: Изд-во КГУ, 2011. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://tl-ic.kursksu.ru/> (дата обращения 03.08.2013).
4. Воронцова С.С. Репрезентация концепта «труд» в русских и английских фольклорных песнях // Теория языка и межкультурная коммуникация: межвузовский сборник научных трудов. № 1 (11). — Курск: Изд-во КГУ, 2012. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://tl-ic.kursksu.ru/> (дата обращения 03.08.2013).
5. Песни, собранные П.В. Киреевским. Новая серия. Выпуск II, Часть I. — М.: Московский университет, 1917. — 589 с. (Кир.).
6. Хроленко А.Т., Бобунова М.А., Бобунов А.М. Кросскультурная лингвофольклористика: становление, методология, перспективы. — Курск: Изд-во Курск. гос. ун-та, 2008. — 110 с.
7. Cecil Sharp's Collection of English Folk Songs. Edited by Maud Karpeles. v. 1—2. — L.: Oxford University Press, 1974. (Sh.).

СЕКЦИЯ 3.

ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ

3.1. ТЕАТРАЛЬНОЕ ИСКУССТВО

АКТУАЛЬНАЯ АУДИТОРИЯ АМУРСКОГО ОБЛАСТНОГО ТЕАТРА ДРАМЫ: СТЕПЕНЬ ПРИОБЩЕННОСТИ И ДИАГНОСТИКА ЗРИТЕЛЬСКИХ ПОЗИЦИЙ В ОЦЕНКЕ РОЛИ ТЕАТРАЛЬНОГО ИСКУССТВА

Осипова Эрика Викторовна

*канд. ист. наук, научный сотрудник
Института истории, археологии и этнографии народов
Дальнего Востока ДВО РАН,
г. Владивосток
E-mail: eossipova@yandex.ru*

RELEVANT AUDIENCE OF AMUR REGIONAL DRAMA THEATRE: DEGREE OF BELONGING AND DIAGNOSTICS OF VIEWERS' ATTITUDE WHILE ESTIMATING THE ROLE OF THEATRICAL ART

Erika Osipova

*candidate of Historical Sciences, research scientist
of Institute of History, Archaeology and Ethnography of the Peoples
of the Far-East, Far-Eastern Branch of the RAS,
Vladivostok*

АННОТАЦИЯ

Данная статья написана автором на основании проведенного в 2001—2002 гг. опроса зрителей дальневосточных театров. В число опрошенных вошли и зрители Амурского областного театра драмы. Данные проведенного социопроса подтверждают гипотезу о том, что масштабы потребления театрального искусства, как и отношение к драматическому искусству в целом, в значительной мере зависят от степени развития личности, от сформированности культурно-образовательного потенциала человека.

ABSTRACT

The given article was written on the basis of the Far-Eastern theatres' viewer poll conducted in 2001—2002. Spectators of Amur Regional Drama Theatre also were in the number of respondents. The data of the conducted survey prove a hypothesis for the fact that the proportions of theatrical art consuming as well as an attitude to the dramatic art as a whole largely depend on a developmental level and on a cultural and educational maturity of a person.

Ключевые слова: Искусство, театр, зритель, посещаемость, театральный жанр, анкетный опрос.

Keywords: Art; a theatre; a viewer; attendance; theatrical genre; questionnaire survey.

В специфической особенности театра — сфере общения — перекрещиваются наиболее острые проблемы театрального процесса. Аудитория театра рассматривается как совокупность людей, которые ориентируются на театр, посещали его в прошлом и могут прийти вновь. В отличие от публики спектакля, данная общность является массовой и продолжительно существующей. Уровень театральной активности публики театра характеризует уровень театральной культуры в городе. Имея сложную, многомерную структуру, зрители дифференцируются несколькими группами характеристик: (социально-демографическими, характеристиками отношения к театральному искусству и др.).

С помощью проводившегося в Амурском областном драматическом театре (АОДТ) опроса 274 респондентов удалось выявить: а) социально-демографические характеристики аудитории; б) степень приобщенности к театру; в) зрительскую оценку роли театрального искусства в духовном развитии общества.

Приобщенность к сценическому искусству определялась путем выявления: а) затрат времени на театр и частоты его посещения;

б) самоидентификации зрительской активности; в) основных ситуаций и мотивировок посещения (и непосещения) спектаклей; г) отношения к театрам, функционирующим непосредственно в городе проживания.

Диагностика зрительских позиций по определению оценки роли театрального искусства в духовном развитии общества обусловлена совокупным мнением респондентов по следующим поставленным вопросам: а) какую роль должен выполнять театр в духовном развитии общества; б) что предпочитают увидеть в театре зрители (жанровые предпочтения аудитории); в) какие из зрелищных искусств наиболее предпочтительны для них; д) согласны ли с утверждением, что театральное искусство родного города, края способно оказать существенное влияние на духовное развитие респондента и др.

Итак, самые общие соображения позволяют предположить, что существует некая иерархия уровней взаимоотношений зрителя с театром — от самых нижних, когда человек только начинает приобщаться к данному виду искусства, постигать его язык и художественные законы, до уровней зрелого, духовного общения, когда театр становится неотъемлемым компонентом внутреннего мира зрителя. Очевидно, что реальная аудитория театра расположится где-то между двумя полюсами шкалы.

Если взять за основу классификацию зрителей по частоте посещения театра в течение года, предпринятую Г.Г. Дадамяном [2, С. 86—96], («театрал» — свыше 12 раз; «постоянный зритель» — 9—12 раз; «активный зритель» — 4—8 раз; «пассивный зритель» — 2—3 раза; «случайный зритель» — 1 раз и реже), то оказывается, что среднестатистический благовещенский зритель варьирует на грани активного и пассивного посещения театра, так как по данным соцопроса среднему количеству просмотренных спектаклей из годовой афиши на одного опрошенного соответствует частота посещений равная 3—4 разам (*см. табл. 1*)

Таблица 1.

Распределение театральной аудитории по степени зрительской активности, %

Активные	34
Пассивные	18
Случайные	12
Премьерные	9

Примечание. Таблица составлена на основании опроса, проведённого автором в 2002 г.

Таким образом, наблюдается прямо-пропорциональное соотношение активности и массовости: наиболее многочисленную группу представляет категория самых активных зрителей, неактивные зрители составили самую малочисленную группу.

Более того, результаты изучения особого мнения зрителей по числу театральных посещений[*] подтвердили установленный перевес зрительской активности над пассивностью. В числе анкетированных оказалось чуть более 3 % зрителей, посещающих театр один раз в неделю; 4,6 % опрошенных бывали в театре один (и более) раз в месяц. Таким образом, опрос выявил среди анкетированных любителей театрального искусства, превзошедших по числу посещений даже тех, кого принято считать настоящими «театралами» в зрительской иерархии (см. классификацию Г. Дадамяна). Анкеты содержали также ответы респондентов, не уточняющих количество посещений, но претендующих на статус завсегдатаев театрального зала: «часто», «очень часто», «всегда», «постоянно» и др.

Исследование показало, что в упорядоченном списке видов досуга у благовещенских респондентов театр оказался на первом месте (см. табл. 2), таким образом, театральное искусство в их духовной жизни играет немаловажную роль.

Таблица 2.

Наиболее предпочтительные из зрелищных искусств, %

Театр	49
Кинофильмы по ТВ	35
Современные кинофильмы в кинотеатре	25
Концерт эстрадный	25
Концерт классической музыки	14
Телевизионные сериалы	11
Цирк	5
Другие варианты	3

Примечание. Таблица составлена на основании опроса, проведённого автором в 2002 г.

Что ищет зритель в театре такого, чего нет ни в кино, ни дома, у телевизора? Общения. Живого общения с живым человеком. В этом и заключается уникальное свойство театра.

Количественные показатели социологического опроса предопределяют суждения о качественных изменениях в содержании зрительских запросов и востребованности театрального искусства. Дифференциация публики чаще всего осуществляется по признаку

социально-демографической принадлежности. Поэтому мы исходили из приоритетных ориентаций благовещенской публики в театральном искусстве с учетом некоторых ее социально-демографических характеристик.

В частности, трудно не согласиться с тем, что возраст и образование — факторы, наиболее существенно влияющие на зрительские предпочтения и установки. Из многочисленных исследований аудитории театра известно, что отношение человека к театру, выражающееся в его посещении или непосещении, самым существенным образом связано с возрастом человека. В числе зрителей, согласившихся ответить на вопросы анкеты, оказались представлены практически все возрастные группы.

Таблица 3.

Распределение респондентов по возрасту, %

15—20 лет	19
21—30 лет	15
31—40 лет	22
41—50 лет	15
51—60 лет	14
старше 60 лет	6

Примечание. Таблица составлена на основании опроса, проведённого автором в 2002 г.

По наблюдению социологов театра влияние возраста на отношение к сценическому искусству имеет следующую закономерность: на этапе завершения первичной социализации (т. е. между 17-ю и 20-ю годами) человек не только приобщается к театру, но и посещает его более активно. К 20—25 годам большинство приобщившихся начинает постепенно отходить от театра, в то время как незначительное меньшинство (примерно 5—6 %) укрепляет с ним связи. Отход от театра массы зрителей в возрасте 25—30 лет, по мнению исследователей, в значительной степени определяется факторами, связанными с семейным положением. Любопытно заметить, что из 16 дальневосточных театров, где проводился опрос, благовещенский театр — это единственный театр, в котором обозначенная тенденция подтвердилась: наиболее высокая зрительская активность отмечается в самом молодом возрасте (15—20 лет) и в более зрелом (31—40 лет). В остальных же театрах активную позицию по посещениям заняли зрители двух самых молодых возрастных категорий: 15—20 и 21—30 лет. Дальневос-

точные демографы это связывают с более поздним по возрасту у современной молодежи обзаведением семьи. Хотя причиной может послужить и то обстоятельство, что Благовещенск, в сравнении с другими дальневосточными городами, не является студенческим городом в обычном понимании.

Отечественные социологи театра утверждают, что в середине 1990-х гг. произошла смена зрительских поколений [6, С. 16]. Появилась новая генерация людей, потребностям которой на современной стадии состояния городской культуры новые развлечения отвечают в большей степени, чем театр, ибо открывают возможности для ее обособления в рамках города. Действительно, чем человек моложе, тем сильнее его ориентация на относительно простые для восприятия формы досуга. Тем не менее, театр в предлагаемом на выбор списке видов культурного времяпрепровождения у молодежи 15—20 лет занял почетное второе место (*см. табл. 4*). Школьники (16 %) и студенты вузов (8 %) предпочли просмотр кинофильма в кинотеатре.

Таблица 4.

**Наиболее предпочтительные из зрелищных искусств
у молодежной аудитории, %**

Виды зрелищных искусств	15—20 лет	21—30 лет
Современные кинофильмы в кинотеатре	57,5	44,4
Театр	51,5	40,0
Кинофильмы по TV	45,4	25,9
Концерт эстрадный	39,4	18,5
Телевизионные сериалы	13,0	7,4
Концерт классической музыки	9,0	7,4
Цирк	6,0	7,4

Примечание. Таблица составлена на основании опроса, проведённого автором в 2002 г.

Что же предпочитают приамурские зрители 15—20 и 21—30 лет смотреть в театре?

Таблица 5.

**Наиболее предпочтительные из театральных жанров
у молодежной аудитории, %**

Жанры	15—20 лет	21—30 лет
Легкая лирическая комедия	63,3	59,2
Серьезная психологическая драма	48,4	37,0
Пьеса, зеркально отражающая жизнь современного российского общества («на злобу дня»)	45,4	25,9
Музыкальный легкий спектакль-представление в жанре мюзикла, шоу...	33,3	25,9
Балет	27,2	11,1
Оперетта	12,1	33,3
Опера	15,1	3,7

Примечание. Таблица составлена на основании опроса, проведённого автором в 2002 г.

Выбор юных зрителей (15—20 лет) весьма показателен: за явным преимуществом на первом месте оказалась легкая лирическая комедия. Театр все чаще обращается к синтетическим методам, в спектаклях звучит много музыки, используются спецэффекты, меняется культура сценической речи...и все это в угоду юным зрителям. С другой стороны, воспитание искусством — это не столько морализаторство, наставление, преподнесение образцов, достойных подражания. Воспитательный механизм его более тонок и не всегда уловим, иногда это просто приобщение к творческому труду, к поэтическому слову, к музыке, пластике.

Диаграммы зрительских реалий требуют научного анализа юношеского восприятия. Помимо пропаганды театрального искусства необходима педагогическая работа с учащейся молодежью, направленная на формирование у нее зрительской культуры. Молодежь должна идти в театр, пусть даже в театре окажутся абсолютно уравнены две его основные функции — воспитательная и развлекательная, театр во все времена был школой талантливого зрителя, школой социализации. Несмотря на то, что более **70 %** опрошенной молодежи обеих возрастных групп основную роль театра определили как духовно-развивающую, у достаточно зрелых, хотя и молодых еще людей, чей возраст соответствует 21—30 годам, репертуарный выбор практически не меняется (*см. табл. 5*).

Театр, обращенный к различным слоям населения, предполагает восприятие и понимание спектаклей максимально широкими кругами людей. Любопытно отметить, что с увеличением возраста зрительская активность благовещенцев мало изменяется, изменения заметны лишь в участии пенсионеров в театральной жизни города (*см. табл. 3*). Тем не менее, в проведенном опросе эта социально-возрастная группа представила ни много, ни мало — **6 %**. Именно их принято считать носителями качественно отличающихся художественных ориентаций. Люди 65—75-летнего (и далее) возраста формировались на волне мажорных настроений, связанных с победой народа над фашизмом, освобождением от ужасов сталинской эпохи и предоставляемые им государством реальные возможности приобщения к высотам духовности были более чем достаточны.

Активными театральными зрителями считают себя **55 %** участвовавших в опросе благовещенских пенсионеров, и именно театру, из всех предложенных на выбор зрелищных искусств анкетированные отдали свое предпочтение, причем с явным преимуществом: за театр проголосовали — **52 %**; за просмотр кинофильмов по TV — **35 %**; за посещение эстрадного концерта — **35 %**; за просмотр телесериалов в домашних условиях — **25 %**; пойти на концерт классической музыки согласились **25 %**; меньше всего благовещенские пенсионеры хотят ходить в кинотеатры и в цирк (по **5 %**).

Пенсионер разительно изменился, живет ныне куда более богатой внутренней жизнью, как, впрочем, и вообще люди старшего поколения. Эстетические идеалы, вкусы и ориентации, художественные потребности этой зрительской категории заметно отличаются от общего зрительского мнения по вопросам видения роли театрального искусства в духовном развитии общества, в том числе и в репертуарных предпочтениях. Это положение наиболее ярко удалось продемонстрировать сравнительной таблицей жанровых предпочтений зрителей всех возрастов (*см. табл. 6*).

Таблица 6.

Жанровые предпочтения зрителей всех возрастов, %

Что предпочитают?	15—20 лет	21—30 лет	31—40 лет	41—50 лет	51—60 лет	60 лет и старше
Серьезную психологическую драму	48,4	37	59,4	50	37,8	50
Легкую лирическую комедию	63,3	59,2	67,5	71	60,8	40
Пьесу, зеркально отражающую жизнь российского общества («на злобу дня»)	45,4	25,9	10,8	14,2	52,1	30
Музыкальный легкий спектакль-представление в жанре мюзикла, шоу...	33,3	25,9	43,2	25,0	17,3	25
Оперу	15,1	3,7	5,4	3,5	4,3	5
Оперетту	12,1	33,3	40,5	14,2	30,4	30
Балет	27,2	11,1	0	0	4,3	5

Примечание. Таблица составлена на основании опроса, проведенного автором в 2002 г.

Самой представительной из числа опрошенных оказалась часть респондентов в возрасте 31—40 лет (**22 %**), затем 41—50-летние (**15 %**) и 51—60-летние зрители (**14 %**). Зрительский массив, находящийся в активном трудоспособном возрасте мы разделили по таким показателям, как социальное положение и образование, гипотетически прогнозируя зависимость активности в сфере потребления культурных благ от этих признаков. Именно структурный анализ состава публики Амурской областной драмы позволяет проследить различия в ее отношении к театру.

Не вызывает сомнения тот факт, что роль драматического искусства в структуре досуга населения повышается с ростом образования. Из числа амурских зрителей с высшим образованием постоянными посетителями являются — **61 %**, из имеющих незаконченное высшее — **13,2 %**, среднее специальное — **25 %**. Причем лица с высоким уровнем образования из предложенного списка зрелищных искусств предпочли именно театр, таковых оказалось **51 %**.

Результаты исследования позволяют считать гуманитарную и творческую интеллигенцию одной из основных групп театральных зрителей (*см. табл. 8*), они показывают прочность связей людей с высшим образованием и сценического искусства. Удельный вес в общей структуре публики этой подгруппы составил **59 %** (с учетом сельской интеллигенции). Именно на этот зрительский контингент всегда рассчитывают театры.

Важная роль интеллигенции в обществе обусловлена ее творческой, интеллектуальной функцией. Представители данного социума чаще других занимает позицию критика, не дающего застояться театру и побуждающего его к совершенствованию. Люди более высокого уровня духовного развития не плывут по воле волн потока функционирующих в обществе художественных идей, а чаще других отбирают для себя из него подлинно ценное, хотя и не совсем свободные от конъюнктуры театра (*см. табл. 7*). Вероятно, сказалось духовное раскрепощение последних лет, снятие существовавших в стране разного рода запретов на свободу слова и мысли.

Таблица 7.

Жанровые предпочтения зрителей из числа гуманитарной и творческой интеллигенции

Что предпочитают?	%
Серьезную психологическую драму	50,4
Легкую лирическую комедию	51,4
Пьесу, зеркально отражающую жизнь российского общества («на злобу дня»)	21,7
Музыкальный легкий спектакль-представление в жанре мюзикла, шоу...	31,7
Оперу	2,9
Оперетту	27,7
Балет	3,9

Примечание. Таблица составлена на основании опроса, проведённого автором в 2002 г.

Наши предположения полагаются на обобщающие результаты комплексного исследования личностной структуры российского общества, предпринятого учеными Государственного института искусствознания в середине 1990-х гг., которые пришли к выводам о том, что личностные характеристики российской интеллигенции во многом изменились [8, С. 116—122]. В частности, исследователи

отказали гуманитарной интеллигенции в позиции флага личностного развития. Тем не менее, представительство различных профессиональных групп в совокупной аудитории Амурского театра трудоспособного возраста оказалось весьма неравномерным (см. табл. 8)[**]. И наиболее представительным социальным слоем, как уже отмечалось выше, по-прежнему остается гуманитарная и творческая интеллигенция.

Таким образом, при всей близости характеристик интеллигенции ощутимы заметные различия внутри этого социального слоя, между разными его подгруппами — «техниками» (инженерами, научными работниками технического профиля и т. д.), «естественниками» (медиками) и «гуманитариями» (педагогами, журналистами, юристами, научными работниками гуманитарного плана и др.).

Таблица 8.

**Представительство зрителей по профессиональному признаку
(из числа актуальной аудитории АОДТ)**

Гуманитарная и творческая интеллигенция:	%	Бизнес, сфера обслуживания:	%	Работники производства:	%
а) Работники искусства, сферы культуры, библиотекари, журналисты	22	а) Работники офисов, бухгалтеры, менеджеры	9	а) Инженеры, технологи, конструкторы, программисты	4
б) Научные сотрудники, преподаватели ВУЗов	8	б) Юристы, нотариусы	1	б) Рабочие высшей квалификации	1
в) Учителя, воспитатели	19	в) Работники торговли, общественного питания	1	в) Рабочие низкой квалификации	1
г) Медработники, врачи	7	г) Частные предприниматели	1,7		
Работники сельской местности:	%	Учащаяся молодежь:	%	Другие группы:	%
а) Гуманитарная и творческая интеллигенция (учитель, клубный работник, библиотекарь)	1	а) Школьники	16	а) Военнослужащие	0

б) Бизнес, сфера обслуживания	0	б) Учащиеся системы профтехобразования	0	б) Пенсионеры	6
в) Работники аграрного производства (шофер, тракторист, механик, доярка и др.)	0	в) Студенты вузов, техникумов	8	в) Домохозяйки	1
				г) Безработные	2

Примечание. Таблица составлена на основании опроса, проведённого автором в 2002 г.

Как видим, помимо молодежи и гуманитарной интеллигенции неплохо посещали спектакли работники офисов, бухгалтеры и медики; представительство инженерно-технической интеллигенции можно считать средним; наименьший удельный вес в общей структуре публики имеют домохозяйки и рабочие (как высшей, так и низшей квалификации).

Структура всех рассматриваемых групп населения изменилась за полтора десятилетия мало, перемены незначительны, хотя и любопытны. По этой причине, помимо выявления некоторых черт духовного облика основных социальных сил сегодняшней российской провинции, представлялось интересным получить хотя бы самые общие сведения о новой, тогда еще нарождающейся силе — о предпринимателях, претендующих на все большую роль в политике, экономике и культуре. К сожалению, в числе опрашиваемой театральной аудитории Благовещенска анкеты были заполнены всего лишь двумя предпринимателями, поэтому мы не смогли набросать даже самых общих черт культурного портрета благовещенских предпринимателей (что предпочитают, как часто ходят и т. д.).

Директор АОДТ Т. Бедина, дифференцируя зрителя по социальному признаку, обозначила обычное присутствие в зале значительного слоя интеллигенции. Но при этом отметила: «приезд московских артистов заметно меняет публику: зал все больше заполняют предприниматели, работники коммерческих фирм, банков. Цены на московских гастролеров всегда выше» [1]. При этом уверяла журналистов в том, что «посмотрев москвичей, этот зритель приходит посмотреть на «своих»...» [1]. Как выяснилось, приходят, но не в сравнение меньше, особенно, что касается обеспеченного слоя публики.

Специфика формирования отношения к театру у мужчин и женщин, выявленная нами в ходе анализа, может быть описана следующим образом: уровень приобщенности к театру у женщин, примерно в два с половиной раза выше, чем у мужчин (в процентном выражении это выглядит следующим образом: **79** к **21**). Однако обозначенная гендерная асимметрия театральной аудитории АОДТ усугубляется еще и слабой активностью посещений театра мужчинами: активными зрителями считают себя **11,7 %** мужчин и **52,3 %** женщин. Выходит, что среднее число посещений, приходящихся на мужчину, в среднем в четыре раза ниже среднего количества спектаклей, просмотренных посещающей театр женщиной.

По наблюдениям социологов театра, «у мужчин возраст влияет на изменение их отношения к театру заметно меньше: в своей приобщенности мужчины более стабильны — они труднее вовлекаются в реальную аудиторию театра, но, попав в нее, закрепляются там прочнее» [4, С. 38]. Исследование театральной аудитории Благовещенска подтвердило данное утверждение. По результатам нашего опроса мужчины активно начинают посещать спектакли уже в возрасте от 15—20 лет. Однако после 40 лет присутствие мужчин в театральном зале резко идет на спад.

Чаще других, что вполне ожидаемо, среди посетителей театра оказывались мужчины-представители гуманитарной и технической интеллигенции с высшим образованием.

Чем руководствуется зритель, когда выбирает тот или иной театр, спектакль? Фамилия режиссера в провинции не играет столь важную роль, как в столичных театрах. В периферийных театрах режиссеры чаще ставят сами, к тому же имена приглашенных со стороны постановщиков зрителям не всегда известны, чтобы на них специально идти. Так, почему же житель современного города, предлагающего достаточный выбор развлечений, приобретает театральный билет? Существует большое число возможных мотиваций: привитая с детства потребность в эстетическом удовольствии; желание отвлечься и развлечься; потребность произвести впечатление; следование требованиям моды и престижа; стремление к небанальным событиям; увидеть любимого актера; поиск дополнительной эмоциональной «пищи» и т. д.

Социологи и социальные психологи не случайно отводят большую роль ритуалу театрального посещения, который начинается с момента формирования мотивов посещения театра, выбора спектакля, ожиданий, осуществления предпринятых намерений. Мотивы выбора, предпочтения и интересы зрителей в исследовании

считаем весьма важным и содержательным показателем приобщенности к театру. Во взаимоотношениях театра и публики определяющую роль играет отношение к театру как к средству эмоционального воздействия, перед этим мотивом отступает потребность в чисто познавательных его сторонах. Сам К.С. Станиславский признавал, что театр является не только средством познания жизни, но и средством эстетического наслаждения и разумного развлечения [5, С. 36].

Театр способствует удовлетворению множественных потребностей. Развлекательная функция реализуется через ряд моментов, включающих праздничность обстановки, возможность встречи с друзьями, а также специфические зрелищные эффекты — музыку, декорации, цветовое решение спектакля и т. д. Это как раз те яркие составляющие сценического действия, которые в наиболее полной мере присутствуют в легкой лирической комедии и музыкальном спектакле, предпочитаемых основной массой зрителей областного центра.

Таким образом, мера удовлетворенности намерений рассматривалась нами через выяснение того, что зритель хотел видеть на театральной сцене. Зафиксированные театральные предпочтения в выборе репертуарных направлений дают нам основания полагать, что в областном театре зрителям предлагается разнообразная программа и делается это, прежде всего, с целью завоевания разного зрителя [7, С. 112—119].

В исследовании отношение зрителей к сценическому искусству дифференцируется на основе их личного выбора. Повторимся: наше исследование ограничивается социально-демографическим уровнем анализа, мы не выходим на личностные аспекты, то есть на изучение функции театрального искусства в духовном мире личности в целом, хотя в нем и затрагивается аспект осознания роли театра в духовном развитии респондента (*в анкете проблемный блок № II: «Роль театрального искусства в духовном развитии общества»*). Эта функция реализуется через трансляцию ценностей, норм духовного творчества. Театр участвует в выработке знаний, и представлений о мире и о человеке, происходит расширение горизонта личности, включение его в иную среду через переживание чужих судеб. Важнейший источник познания реальной жизни — собственный социальный опыт человека, но театр помогает расширить эти границы. И с этим мнением согласились **75 %** всей массы респондентов. Среди мотивов посещения театра стремление к развлечению назвали **20 %**. Как же распределяется это общее мнение в зависимости от социально-демографической принадлежности респондентов?

Таблица 9.

**Оценка респондентами роли театрального искусства
в жизни общества**

ПРОФЕССИЯ	Духовно-развивающая, %	Развлекательно-релаксационная, %
а) Работники искусства, сферы культуры, библиотекари, журналисты	83	10
б) Научные сотрудники, преподаватели ВУЗов	76,9	15,3
в) Учителя, воспитатели	81,8	15,1
г) Медработники, врачи	66,6	25
а) Работники офисов, бухгалтеры, менеджеры	52,3	38
б) Юристы, нотариусы	100	0
в) Работники торговли, общественного питания	50	50
г) Частные предприниматели	100	0
а) Инженеры, технологи, конструкторы, программисты	57,4	14,2
б) Рабочие высшей квалификации	100	0
в) Рабочие низкой квалификации	100	0
а) Гуманитарная и творческая интеллигенция (учитель, клубный работник, библиотекарь)	100	0
б) Бизнес, сфера обслуживания	0	0
в) Работники аграрного производства (шофер, тракторист, механик, доярка и др.)	0	0
а) Школьники	61,5	34,6
б) Учащиеся системы профтехобразования	0	0
в) Студенты вузов, техникумов	83,3	16,6
а) Военнослужащие	0	0
б) Пенсионеры	100	0
в) Домохозяйки	0	0
г) Безработные	100	0

Примечание. Таблица составлена на основании опроса, проведённого автором в 2002 г.

Сложение чисел из двух последних столбцов представленной таблицы (см. табл. 9) не всегда в результате дает ожидаемые 100 %.

Это происходит по той причине, что респондентам помимо предложенных двух вариантов ответов была предоставлена возможность выразить особое мнение по обозначенной проблеме, т. е. предложить собственный вариант ответа, в общей массе ответов их оказалось чуть более 8 %. Эти частные мнения невозможно заключить в строгий стандарт запрограммированного алгоритма, поэтому мы позволим себе остановить на них внимание.

Обращают на себя внимание неординарные мнения зрителей, не поленившихся изложить их в анкетах. К примеру, студент вуза, пришедший, по его признанию, в театр впервые, написал: «возможно в нашем мире больше необходимо высмеивать бытовуху»; дама, преподаватель вуза в возрасте 51—60 лет, полагала, что «театр, прежде всего, должен выполнять роль патриотическую»; женщина, бухгалтер главный смысл существования театра находила «в его познавательных возможностях» и т. д.

Театроведы же полагают, что театр, как социокультурный институт, прежде всего, предполагает общение. В процессе социализации через воздействие системы художественных образов зрители осваивают хранящиеся в культуре программы. Состав общества и социальных групп постоянно обновляется, но благодаря социализации новые члены общества приобщаются к накопленному социальному опыту и продолжают следовать зафиксированным в этом опыте образцам поведения.

Итак, мы выяснили, что у каждого слоя, каждой обозначенной подгруппы населения различны установки на театр.

Как показало исследование, свои мотивы посещения или непосещения театра имелись практически в каждой социальной подгруппе. Представляет интерес и степень влияния конкретных причин, ограничивающих масштабы аудитории театра, с учетом того, что размеры не только потенциальной, но и реальной аудитории города и области претерпели за десятилетие (1990-е гг.) существенные изменения [3, С. 28—29]. Мы также понимаем, культура досуга определяется не только идеологическими пожеланиями, но и уровнем материального благосостояния общества. Кризис в экономике привел к резкому ухудшению жизни населения. На начало 1997 г., 56 % населения области были с доходами ниже прожиточного уровня (против 21,6 % в целом по стране) [3, С. 28]. Маловероятно, что ситуация улучшилась значительно за последующие три года.

Проделанный нами анализ достаточно выразительно демонстрирует, как масштабы аудитории театра лимитируются, с одной стороны, тем, насколько люди равнодушны или неравнодушны

к искусству, а с другой, тем, какие реальные возможности общения с ценностями театральной культуры есть у тех, кого это искусство интересует.

К сожалению, за рамками данной статьи автор вынужден оставить подробный анализ мотивов посещения и непосещения театра по причине ограниченности допустимого редакцией объема.

Список литературы:

1. Бедина Т. «...А вы знаете, наши-то лучше!» // Амурский телеграф. — Благовещенск, 1999. 29 марта — 4 апр.
2. Дадамян Г.Г. Размер зрительской аудитории театра // Экономика и организация театра. — Л., 1979. — Вып. 5.
3. Демографическая ситуация в Приамурье: состояние и перспективы: материалы региональной научно-практической конференции «Демографическая ситуация и миграционная политика в Приамурье: социально-экономические, правовые и медико-экологические аспекты». — Благовещенск, 10—11 февр. 2006 г. — Благовещенск, 2006.
4. Константин Станиславский. Записные книжки. — М.: ВАГРИУС, 2001.
5. Мягкова И. «По долинам и по взгорьям...» // Театральная жизнь. — 1999. — №
6. Новый зритель и новые ожидания // Театральный зритель. — М., 2002. — № 2.
7. Осипова Э.В. Репертуарные предпочтения публики Амурского областного театра как показатель эволюции взаимосвязей «театр-зритель» (1990-е—2000-е гг.) // Культурное наследие Дальнего Востока и Забайкалья. Материалы региональной научно-практической конференции, посвященной 120-летию основания Амурского областного краеведческого музея и 130-летию со дня рождения известного ученого, краеведа Г.С. Новикова-Амурского. 2011 г. — Благовещенск: Изд-во Амурского областного краеведческого музея, 2011.
8. Художественная жизнь современного общества. — Т. 2. Аудитория искусства в России вчера и сегодня. — СПб.: ГИИ, 1997.

3.2. ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОЕ И ДЕКОРАТИВНО-ПРИКЛАДНОЕ ИСКУССТВО И АРХИТЕКТУРА

ПАЙЛОУ В АРХИТЕКТУРЕ ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА

Баклыская Лариса Евгеньевна

*доцент Тихоокеанского государственного университета,
г. Хабаровск*

E-mail: lb2811@mail.ru

PAYLOU IN ARCHITECTURE OF THE FAR EAST

Larisa Baklyskaia

*associate professor of Pacific National University,
Khabarovsk*

АННОТАЦИЯ

Целью исследования является выявление в архитектуре российского Дальнего Востока архитектурных знаков, заимствованных из культуры сопредельных государств. Используя методы моно- и сравнительного архитектурного анализа, исследуется возникновение архитектурных знаков, первоначально формирующихся как художественно осмысленная конструктивная и тектоническая форма, но в процессе эволюции часто абстрагирующихся от своего первоначального значения. В статье рассматривается трансформация в архитектурный знак формы традиционных триумфальных ворот, используемых в средневековых мемориальных ансамблях Китая.

ABSTRACT

Research objective is identification in architecture of the Russian Far East of the architectural signs borrowed from culture of the adjacent states. Using methods mono- and the comparative analysis of architecture, emergence of the architectural signs which are originally forming before as intelligent constructive and tectonic form, but in the course of evolution

often abstracting from the initial value is investigated. In article transformation in an architectural sign of a form of the traditional triumphal arch used in medieval memorial ensembles of China is considered.

Ключевые слова: Знаковая система, инвариант, архитектура выбора, внеевропейская культура, пайлоу.

Keywords: Sign system, invariant, architecture of a choice, non-European culture, paylou.

Архитектурная форма играет коммуникативную роль в ходе деятельности человека, и ее систему можно рассмотреть как один из искусственных языков, созданных человеком, подобно художественным языкам других типов искусств. Форма в архитектуре имеет не только конструктивный и эстетичный смысл, но и характер знака, который должен не только воплотить художественное содержание, но также и передать его тем, к кому обращено искусство. Архитектор формирует свое произведение из элементов, которые используются и в качестве носителей информации и в качестве специальной системы знаков. «Знаковая система архитектуры — архитектурная форма — имеет закономерности, аналогичные синтаксису (закономерности сочетания элементов-знаков), и свою семантику (связь этих элементов с определенными смысловыми значениями)» [1, с. 102].

Архитектурные знаки первоначально образуются как художественно осмысленная конструктивная и тектоническая форма, но в процессе эволюции часто абстрагируются от своего первоначального значения. Функциональная семантика сменяется образной, что позволяет использовать композиционно законченные формы — знаки архитектурного языка или его инварианты (элементы системы, остающиеся неизменными при всех ее модификациях) — в иных условиях, не привязывая их жестко к конструктивно-тектоническому строю сооружения. В этом случае архитектурный знак может воспринимать свое значение от связанной с ним деятельности и культурного контекста.

На переносе форм, прочно связанных с устоявшимся набором ассоциаций, основывалась система эклектики конца XIX — начала XX вв. На рациональную структуру сооружения, продиктованную утилитарными требованиями, накладываются архитектурные знаки как дополнительные элементы, придающие архитектуре художественность. Выбор этих знаков-инвариантов, согласно парадигме эклектики, мог быть неограниченным. Перенос форм архитектурного

прошлого — и не только европейского — был декларативно провозглашен, как и открытость архитектуры всем культурам мира.

Свободное использование архитектурных знаков, сформированных историей архитектуры Востока (Китай, Япония) объясняет ряд удивительных на первый взгляд обстоятельств и позволяет гипотетически ответить на вопросы, поставленные в исследованиях, касающихся истории архитектуры Дальнего Востока: Чем объясняется раннее (до начала XX в.) появление элементов модерна в архитектуре российских дальневосточных городов (Хабаровска и Владивостока, в первую очередь), находившихся вдалеке от культурных европейских центров? В чем причины долгой (до конца 1930-х гг.) жизни модерна в Харбине и других городах китайского зарубежья?

С позиций современного архитектурно-исторического знания архитектура эклектики и модерна рассматривается как две фазы одного процесса — процесса поиска новых значимых форм, отличных от форм классицизма, которые стали тесным для новых функций, конструкций и материалов. Принципиальная разница двух этих фаз в том, что эклектика искала, а модерн нашел такие формы. Ретроспективный подход, характерный для эклектики, позволял использовать все известные к середине XIX в. архитектурные знаки, создавая достаточно свободную их комбинацию. Новое виделось как в неожиданных сочетаниях уже известных или вновь открытых форм прошлого: романской, готической, древнерусской архитектуры, так и в использовании экзотических архитектурных форм, в особенности архитектурных форм Востока.

Вторая половина XIX в. характеризуется острым интересом европейцев к внеевропейским культурам и цивилизациям. Особенно привлекательными были Китай и Япония, с которыми Европа была знакома еще достаточно поверхностно и жаждала знать больше. Известно то огромное влияние, которое оказали на литературу, искусство, архитектуру того времени древняя китайская философия, сочинения Лао-Цзы и Конфуция.

Первые европейские строители и жители русских дальневосточных городов (как приграничных на территории России, так и — в особенности — городов вдоль КВЖД) имели счастливую возможность познакомиться с носителями культуры Востока непосредственно. Второстепенность роли, которую имели китайские строители на российских стройках, не помешала уже в очень ранних произведениях дальневосточных зодчих появлению типично китайских архитектурных форм.

Китайская архитектура отличается чрезвычайной устойчивостью форм и художественных традиций. В возникновении устойчивых архитектурно-строительных традиций известную роль играли различные религиозные философские учения, сложившиеся на основе народных культов в эпоху Чжоу, Чуньцзо и Чжаньго: конфуцианство, даосизм и др.

Распространение буддийской религии вызвало обширное строительство гробниц, храмов и других мемориальных сооружений представляющих, в ряде случаев, огромные комплексы, занимающие видное место в архитектуре Китая. Но и в буддийских ансамблях основополагающими являлись древние китайские традиции. При планировке и строительстве большое значение имело правило «фэнь-шуй», согласно которому строения располагались в определённом порядке с соответствующей ориентацией. Рекомендовалось ставить здания по северо-южной оси, с обращением главного фасада на юг. «Основные здания размещались последовательно по северо-южной оси, вспомогательные — симметрично по периметру обширного двора» [2, с. 69].

Эта главная ось ансамбля обозначалась размещением на ней друг за другом в строго симметричном порядке основных сооружений комплекса. Триумфальные ворота пайлоу, которые ставились в честь правителей, героев и выдающихся событий, открывали эту торжественную «дорогу духов». Этот вид сооружений возник в виде простых однопролетных арок с одноэтажной крышей, почти лишенных украшений. Позже они превратились в трехпролетные пайлоу, с двойной крышей и богатой орнаментировкой. Арка, ведущая к могиле Конфуция в Цюй, уже пятипролётная, с украшенными сложными покрытиями и сплошь покрыта орнаментацией (драконы, чудовища, растительный орнамент, иероглифы и пр.).



***Рисунок 1. Ворота-пайлоу в парке Чжуншань в Пекине.
Foto Wikimedia Commons***

Особенно пышного развития пайлоу достигли в XVIII в. в составе императорских гробниц. К погребальному храму вели грандиозных размеров триумфальные арки пайлоу, орнаментированные чрезвычайно богато. Их праздничная пышность контрастирует с окружающим его густым зелёным лесом. Возникнув как элемент мемориального комплекса, триумфальные ворота пайлоу превратились в символ парадной мемориальной архитектуры Китая и дали название целому стилю. Но сами ворота не только открывали дорогу к погребальному храму. Позже они активно использовались в дворцовых и садово-парковых ансамблях Китая.



Рисунок 2. Декоративные ворота (Пайлоу) времен династии Хань (202 до н. э.—220 н. э.), г. Ханьчжун, провинция Шэньси, Китай

Китайский стиль пайлоу был воспринят и освоен европейскими архитекторами в конце XIX — начале XX вв. Наиболее значимый элемент этого стиля — триумфальные ворота — был вычленен из общей структуры парадного комплекса, чтобы стать элементом здания, фиксирующим главную ось или обозначающим вход. В архитектуре европейского модерна довольно часто можно встретить прием оформления главного входа в здание или выделения важной композиционной оси посредством своеобразного портала, ограниченного высокими пилонами и имеющего в своем завершении фронтон криволинейной формы, выпуклого или вогнутого очертания. Особенно часто подобный элемент встречается в застройке дальневосточных городов. Практически все исследователи дальневосточной архитектуры относят этот элемент к типичным элементам модерна. Но в архитектуре Китая такая форма встречается во многих древних и средневековых постройках, как в виде парадных ворот, так и в виде маленьких пайлоу в парках. Интересно, что и первые, еще деревянные, японские и китайские лавки и мастерские

в Хабаровске имели подобное оформление входа, хотя построены они были задолго до утверждения стиля модерн.

Использование знака пайлоу имеет несколько этапов в своем развитии: ретроспекция — репликация — реминисценция (подобные этапы в развитии европейских исторических знаков — прототипов отмечает в своих исследованиях А.В. Бурдяло) [3]. (Табл. 1)

Таблица 1.

**Эволюция элементов стиля пай-лоу в архитектуре
конца XIX — начала XX вв.**

Исторический прототип	Ретроспекция	Репликация	Реминисценция
			
Ворота пайлоу в китайском парке	г. Уссурийск	г. Хабаровск	г. Владивосток

Первая стадия — ретроспекция — основана на системном воспроизведении прототипа без качественных изменений в комплексе его выразительных средств (с достаточно полной согласованностью объемно-пространственного и декоративно-пластического аспектов). На этом этапе сохраняются основная форма и пропорции однопролетных триумфальных ворот, их форма соответствует синтаксису прототипа (закономерностям сочетания его элементов), но уже здесь изменяется его семантика — связь его с первоначальным смысловым значением.

Второй этап — репликация — представляет собой интерпретацию конкретных деталей и фрагментов прототипа с их заметными изменениями. При этом архитектурный знак вполне узнаваем, хотя его пропорции и композиционно-пластический строй имеет ряд значительных различий со знаком-прототипом. Эти различия определены не только утверждением его новой конструктивно-

тектонической роли — роли портала здания, но и его адаптацией к иному — европейскому — культурному окружению.

Завершение процесса адаптации демонстрирует третья стадия использования элементов стиля пайлоу — реминисценция, которая характеризуется условным воспроизведением ряда стилистических черт в свободном сочетании мотивов. На этом этапе знак полностью сливается с историко-культурным окружением, подчиняя свою первоначальную форму новому контексту.

Связи России с азиатскими народами и культурами, особенно русской и азиатской архитектуры, представляют тему, открытую для исследования. Данная работа не пытается дать детальную картину обширной темы русско-азиатских отношений, а отмечает лишь единственный специфический пример.

Список литературы:

1. Ащепков Е.А. Архитектура Китая. М., 1959. — 367 с.
2. Бурдяло А.В. Традиции барокко в архитектуре Петербурга середины XIX — начала XX века: Автореф. дис. канд. искусств. — СПб., 1999. — 24 с.
3. Иконников А.В. Художественный язык архитектуры. М., 1985. — 176 с.
4. Название: Декоративные ворота (Пайлоу) времен династии Хань (202 до н. э.—220 н. э.), пересекающие улицу, усыпанную маленькими магазинчиками. г. Ханьчжун, провинция Шэньси, Китай, 1875 г. // Мировая цифровая библиотека [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.wdl.org/ru/item/2092/> (дата обращения 02.08.2013).

3.3. ТЕХНИЧЕСКАЯ ЭСТЕТИКА И ДИЗАЙН

ИТАЛИЯ И ГЕРМАНИЯ: ДВА ДОМА ИНТЕРЬЕРНОЙ МОДЫ

Азаренко Ольга Викторовна

*соискатель Уральской государственной
архитектурно-художественной академии,*

г. Екатеринбург,

E-mail: fomina_o@mail.ru

ITALY AND GERMANY: TWO HOUSES OF INTERIOR FASHION

Azarenko Olga

*aspirant of Ural State Academy of Architecture and Arts,
Yekaterinburg*

АННОТАЦИЯ

Исследование направлено на изучение особенностей эстетики двух направлений мебельного производства в Италии и Германии. Для понимания причин возникновения различий в принципы формирования среды проанализированы основные этапы в развитии параллельных стилей в двух странах в XX веке. Результатом исследования является выявление такого понятия как интерьерная мода. Проанализировано влияние авторского замысла на процесс формообразования.

ABSTRACT

The research aims to examine the aesthetic characteristics of the two directions of furniture manufacturing in Italy and Germany. To understand the causes of the differences in the principles of the environment's morphogenesis the main stages in the development of parallel styles in the two countries in the XX century is analyzes. The result of the study is to identify such thing as interior fashion. The influence of the author's intention on the process of morphogenesis has analyzed.

Ключевые слова: интерьерная мода, мебельный рынок, принципы формирования среды, стиль, авторский замысел.

Keywords: interior fashion, furniture market, the principles of space creation, style, creative ideas.

О существовании такого понятия как «интерьерная мода» красноречиво заявляют со страниц профильной периодики статьи, посвященные то рекламе отдельных мебельных брендов, то общим рекомендациям в построении жилого пространства. Тема интерьерной моды поддерживается, конечно, производителями мебели, но также активно обсуждается и в среде самих потребителей.

Несомненно, мода — это инструмент продвижения товара на рынке. Мода, а точнее следование ей — это и инструмент собственного позиционирования для каждого потребителя.

Что же сегодня модно ставить в дом, что было на последних выставках в Европе — вопросы то и дело звучащие при выборе мебели. В поисках ответа на данные вопросы мы приходим к выводу, что весь глобальный мебельный рынок давно поделен двумя европейскими странами-лидерами мебельной индустрии. Приверженцы роскошного дворцового стиля, конечно, вхожи в «итальянский модный дом». Они отдают предпочтение очевидной замысловатости ажурного декора и многослойности конструкции. Те, кто предпочитают сдержанность и практичность во всем — навсегда в «немецком доме». Здесь важнейшими становятся качество материалов и композиционная ясность.

Несмотря на очевидную полярность взглядов на принципы формирования среды, два этих глобальных направления, порой, конкурируют. У каждого из них есть свои сильные стороны, отдавая приоритет которым, человек делает выбор.

За внешним различием продуктов двух направлений в производстве мебели, конечно, стоит значительная внутренняя разница: в ментальности, опорных точках производства, в различиях представления о конечном результате производства и дальнейшей жизни продукта. Более целостное понимание национальных отличий Италии и Германии, как производителей предметности, дает история развития собственно мебельного производства.

Очевидно, что итальянский роскошный стиль узнаваем благодаря давней традиции ремесленничества и искусности кузнецов, стеклодувов, столяров, резчиков, гончаров. Каждая современная итальянская мебельная фабрика, даже входящая в какой-либо концерн, берет свое начало из ремесленного, как правило, семейного произ-

водства. Это впрочем, справедливо для большинства европейских стран, однако для Италии, пожалуй, в большей степени.

С древних времен изготовление мебели в Италии являлось известной и традиционно почитаемой профессией. Во все времена мебель, произведенная итальянским мастером-краснодеревщиком, была привилегией знатных, состоятельных людей. Мебельное производство в Италии — это отдельное творческое направление, оно развивалось внутри страны вплоть до XVI века. С началом эпохи возрождения итальянская мебель стала завоевывать популярность во всем мире [13].

Начав производство мебели со всем известных сундуков и скамеек, сегодня итальянские фабрики предлагают великое разнообразие мебельных форм, работая в широкой палитре стилей: от создания роскошных дворцовых интерьеров до авангардистских решений пространства. Использованию многих современных материалов мы обязаны именно итальянским фабрикам. Так, впервые производство мебели целиком из стекла придумал и воплотил в жизнь в 1973 г. глава итальянской фабрики FIAM Витторио Ливи [4]. Сегодня подобную мебель производят и другие фабрики, однако FIAM до сих пор считается лучшим производителем в данной сфере, сумевшим произвести настоящую революцию в мебельном материаловедении.

Элементы роскоши в итальянской мебели начали появляться в XV—XVI вв. Это и богатая резьба, и роспись с позолотой на свадебных ларях, и шкафы для одежды с украшенными карнизами, кровати с высоким изголовьем и балдахинами. В это время Барокко придает мебели наиболее пышное оформление и избыточность форм. В это же время мастера обращают внимание на повышение комфорта. Среди мебели для сидения наиболее популярными становятся кресла, стулья, банкетки. Появляется новая разновидность небольших столов — «консоль» [6, стр. 216] Позже на мебельное производство повлияют сначала Рококо, привнеся с собой дух утонченности и интимности и увлеченность цветочными орнаментами в лепнине и тканях. Затем в XVIII в. — Классицизм, принеший с собой традицию обращения к античным мотивам и увлеченность архитектурными элементами в формообразовании [1; 6, стр. 266].

Все эти стили сформировали обобщенное представление об итальянской мебели как о прекрасных буржуазных предметах, способных мгновенно наполнить любое пространство духом дворцовой роскоши. Современный мебельный рынок Италии в изобилии демонстрирует нам наследие этих больших стилей,

что пользуется огромной популярностью во всем мире и в России в частности. Однако сегодня популярна и мебель в так называемых современных стилях, которые повлияли на формообразование в XX веке.

Очень важной отличительной чертой итальянского мебельного производства всегда была приверженность к традициям ручного ремесленного производства. Сегодня ведущие итальянские производители уделяют равное внимание и старинным традиционным секретам производства, и современным технологиям.

Промышленный подход в производстве мебели нашел широкое применение в 50-е, 60-е года XX века. Именно в эти два десятилетия начинают развиваться основные зоны мебельного производства в центре и на севере Италии: область Тоскана, провинции Брианца, Тревизо-Венето и Пезаро. Сегодня итальянская мебельная промышленность насчитывает более 35000 предприятий, которые составляют важную часть экономики страны. Это позволило Италии занять лидирующие позиции в Европе в экспорте мебели. Обусловлено это еще и гораздо большей открытостью итальянских фабрик к сотрудничеству с представительствами в различных регионах, в отличие от немецких или австрийских фабрик. Ежегодная международная выставка в Милане “Salone Internazionale del Mobile” является одним из главных событий в мебельной индустрии, начиная с 1961 г. [9] Но итальянская мебель это не только традиции, это и постоянный поиск, улучшение, новые технологии (очень часто: использование немецких технологий, механизмов) и, конечно же, новый дизайн. Смелые выразительные идеи, экспрессия форм и цвета всегда отличали итальянскую предметность от всей остальной, и, конечно же, особенно от сдержанной немецкой мебели.

Германию можно по праву считать одним из основателей такой отрасли, как мебельное производство. Баухауз стал родоначальником традиции формирования интерьера, сочетая авторский замысел и серийное производство элементов для его реализации. Современные плоды мебельного производства Германии можно наблюдать на ежегодной Кельнской выставке IMM COLOGNE, объединяющей профессионалов в данной сфере [10].

Чтобы представить себе особенности характерных для немецких домов интерьеров, следует обратиться к примеру. В идеале, «немецкий» интерьер не допускает даже доли асимметричности, ни в планировке комнат, ни в предметах мебели, ни даже в подборе красок [3; 11]. В таком интерьере сентиментальности отведено ограниченное пространство, это, как правило, акценты, призванные

создавать еще больший контраст между чистыми «баухаузовскими» формами и антиквариатом.

Немецкий дизайн отличает и цветовая гамма. Ведущие немецкие фабрики первыми начали обильно использовать металлические цвета и поверхности, на контрасте сочетая их с нарочито натуральными древесными массивами. При таком отношении к форме на первое место выводятся функциональность и собственно качество самого материала. Это и особая обработка (шлифовка) нержавеющей стали, и уникальная технология шпонирования с сохранением непрерывной текстуры дерева экзотической породы, и ткани с защитными практичными покрытиями, и многое другое.

Учитывая вышесказанное, может сложиться впечатление, что сегодня немецкий дизайн актуален только для любителей интерьеров в стиле минимализм. Однако, немецкие фабрики традиционно предлагали и предлагают уникальные предметы мебели, созданные в так называемом «традиционном стиле». «Классические» интерьеры в исполнении немецких фабрик лишены помпезности и перегруженности итальянской классики. Это скорее деревенский стиль, наделенный архитектурными элементами, с эффектами старения, воздействия «жучка-короеда» и пр. Если немецкая фабрика берется за воплощение такого замысла, как создание классического интерьера, то за точность соблюдения стилевых элементов можно не беспокоиться. Особое внимание к деталям декора и материалам позволяет получать по-настоящему уникальные вещи.

Традиционный стиль характерен для немецкого мебельного производства не менее, чем для итальянского. Благодаря тому, что северное побережье Германии было связано с Голландией морской торговлей уже в XVII, голландская мебельная мода оказала свое влияние. Историки отмечают перегруженность немецкой мебели того времени орнаментом: резьба выступала над плоскостями высоким рельефом. В конце того же столетия в Германии появилась новая форма шкафа с полками: не двухъярусного, как было прежде, а одноярусного — высокого, глубокого и чрезвычайно вместительного [7]. Перегрузка орнаментом была свойственна немецкому мебельному искусству и в начале XVIII в. В этом отношении, характерны так называемые *гамбургские* шкафы [2]. Выполненные из массива дуба, отделанные натуральным шпоном ореха, они отличались очень большими размерами и богатой орнаментальностью отделки.

Одним из ключевых моментов настоящего немецкого производства мебели является неуклонное следование законам эргономики. Упрекнуть немецких производителей мебели можно в чем угодно,

но только не в отсутствии эргономики. Любые конструкции создаются на основе фундаментальных научных исследований и испытаний образцов. Персонал фабрик работает там, как правило, уже не «в первом поколении», что накладывает дополнительные требования на качество производимого продукта.

Можно выделить несколько принципов настоящего фабричного немецкого производства. Это специально разработанная система документации в процессе обсуждения проекта предмета мебели с фабрикой. Это выбор по-настоящему качественных материалов, из которых создается мебель. Это специально разработанные и испытанные технологии создания конструкции (например, корпусов будущих шкафов). Это только самые качественные механизмы, способные прослужить десятки лет. И это обязательно фабричная сборка модулей мебели. Такие принципы производства являются неотъемлемой частью работы фабрики, претендующей на сколько-нибудь значимое положение на внутреннем и мировом рынке. Система сертификации DIN ISO 9001 или 9002 позволяет производителю гарантировать качество продукции.

Возможно, широкая популярность итальянской мебели в России объясняется большой близостью ментальности итальянцев и русских, чем немцев. Итальянцы стремятся быть всегда на острие моды, воплощая в жизнь все даже самые безумные идеи, не дожидаясь их серьезных испытаний и долгого пристального изучения. Немцы никогда не принимают решений второпях, не проверив все возможные проблемы, связанные с эксплуатацией изобретения. Экспрессия итальянских создателей мебели сродни чувствам художника, создающего картину, не слишком заботящегося о том, как долго эта картина прослужит владельцу и какие именно изменения внесет в уклад жизни хозяина. Немецкие создатели мебели всегда принимают во внимание функциональную составляющую вещи, тщательно подбирая оптимальные материалы для того, чтобы вещь служила хозяину долго, а пользование стало максимально комфортным, пусть даже в жертву будет принесена эстетика. Такой подход к формированию среды порождает в сознании совершенно другой образ прекрасного, эстетика становится своеобразной, доступной для людей со схожими картинками мира.

Яркое различие в отношении к формированию среды в Италии и Германии помогает проследить история быстро меняющихся стилей в этих двух странах в XX веке. Одновременно в этих странах появлялись новые видения эстетики, как реакция на определенные события в истории, однако развитие этих стилей шло по-разному.

Так в Германии 1907 год ознаменовался появлением так называемого “Deutsche Werkbund” (Германский художественно-промышленный союз) [13, стр. 165]. Основными чертами этого стиля стали большие гладкие поверхности без излишеств в украшениях, функциональный дизайн. Интересно, что раскол в этом движении впоследствии возник из-за противостояния между стандартизацией и индивидуализмом.

В Италии в это время (1909 г.) расцветает футуризм, воспевая технический прогресс, мощь и динамизм новой эры. В формообразовании начинают преобладать динамичные абстрактные формы, появляются грубые необработанные поверхности, яркие выразительные цветовые решения [там же]. В живописи и скульптуре итальянский футуризм стал предтечей многих последующих художественных открытий и течений. Так, Боччони, использовавший в одной скульптуре самые разные материалы (стекло, дерево, картон, железо, кожу, конский волос, одежду, зеркала, электрические лампочки и т.д.), стал предвестником поп-арта [5].

Чуть позже, в 1919 г. в Баухаузе под влиянием русского конструктивизма провозглашают отказ от орнаментальности в пользу функциональности. В строительстве начинают использовать сталь и бетон. В формообразовании появляются смелые асимметричные решения. Баухауз принес с собой тотальное увлечение архитектурным стилем, провозгласив архитектуру «ведущим направлением дизайна» [3]. Очень важным моментом в понимании специфики «немецкого» формообразования и производства является то, что в своих целях представители Баухауза видели не только внешние преобразования форм, но и улучшение качества промышленной продукции, объединяя усилия художников, производителей и ремесленников. В 50-е годы Швейцарская школа продолжит следование идеям Баухауза. Таким образом, мы видим, что страна на протяжении более 50 лет находилась в рамках одного функционального направления в стиле. Результатом стали вычищенные формы, отсутствие излишеств, самые качественные материалы, высокий профессионализм в производстве. Форма здесь всегда подчинена функции, поскольку одной из главных целей проектирования и производства мебели становится рациональность, стремление к построению максимально комфортной современной среды.

В 30-е годы в Италии появляется новый, на первый взгляд неожиданный для экспрессивной нации стиль Рационализм. В моду входят жесткие геометрические формы, производители смело используют новые материалы, так появляются, например,

хромированные металлические детали. Интересно, что в это время в моде логический функциональный подход к архитектуре, всюду провозглашается отказ от избыточной орнаментальности. Простота становится символом новой современной Италии. В это время появляется жилой комплекс Палаццо Джулиано архитекторов Джузеппе Пагано и Джино Леви-Монтальчини [12].

Вскоре после этого в 1960-е годы, эмоциональные итальянцы устают от выхолощенности нового стиля и провозглашают новую эстетику: неомодернизм или антидизайн. Радикальность этого веяния дарит всем яркие цвета в избытке, нарочитое нарушение пропорций, непрактичность и ироничность предметов, откровенный китч. Создатели новой предметности ставят под сомнение правильность и актуальность «хорошего» дизайна, отрицая формалистические ценности.

Антидизайн стал одним из течений Постмодернизма в 1960-х годах XX века. В это время помимо всего прочего модным в Италии становится отказ от промышленного производства.

Для постмодернизма характерным становится слияние разных стилей, декорирование поверхностей, введение символизма в работы с целью привлечения внимания масс. В этот же огромный пласт постмодерна можно отнести обособившийся стиль «Мемфис» в 1980-е гг. Это стиль китча: яркие цвета, броские геометрические формы, ярко выраженная демонстрация зачастую расплывчатых теоретических концепций постмодернизма.

Итак, с одной стороны мы имеем чисто художественный подход к формированию пространства, экспрессивный, порой безответственный. Такой путь в творчестве способен порождать истинные шедевры, полные эмоциональности и выразительности, подобно искусству. С другой — вдумчивое, методичное создание среды, способной стать вечным спутником человека, точно выверенные пропорции и материалы, эргономика, рациональность и честность форм. Такой путь в создании вещей всегда усложнен чрезмерным вниманием к деталям. Метод исключения возможных вариантов всегда оставляет автора с весьма ограниченным списком возможностей, что в свою очередь ставит фантазии и конечной выразительности продукта некие «рамки».

Принимая во внимание историю России, особенности формирования жилья человека в период СССР, не сложно предположить, что популярность итальянского «дворцового» интерьерного стиля обусловлена желанием компенсировать давние мечты о прекрасном жилище, увиденном когда-то в фильмах или на страницах книг. Поскольку сегодня возможности формирования таких жилых

пространств ничем не ограничены, любовь к «дворцовым» интерьерам столь распространена.

Среди молодого поколения дизайнеров нарастает популярность эстетики, традиционно предлагаемой немецкими производителями. Внимание к таким продуктам интерьерной моды привлекают с помощью различных информационных поводов, совместных проектов крупных компаний-производителей мебели и известных дизайнеров (совместные работы Филиппа Старка и фабрики WARENDORF, Porsche design и фабрики Poggenpohl), выставок, презентаций, публикаций проектов. Безусловно, результат производства фабрик обоих направлений интересен и привлекателен. Интересным представляется то, как волнообразно с течением времени изменяется актуальность этих направлений в глазах конечного потребителя и что определяет уместность выбора того или иного стиля, образа и его воплощения.

Список литературы:

1. Бхаскаран Л. Дизайн и время. Стили и направления в архитектуре и искусстве. Арт-Родник, 2007 г. — 256 стр.
2. Вся мебель [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.vsyua-mebel.ru/gallery/SHkaf_gamburgskiy_Germaniya_pervaya_chetvert_v/ (дата обращения 25 .07.2013).
3. Дросте М. Баухауз. Арт-Родник, Taschen, Серия назад к источникам видения, 2008 г. — 96 стр.
4. История мебели 4: История итальянской мебели, 2013 г. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.easterngraphics.com/rcon/ru/2013/03/20/istorija-nemeckoj-mebeli> (дата обращения 26 .07.2013).
5. Итальянский живописец и скульптор Умберто Боччони. 2012 г. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.liveinternet.ru/journalshowcomments.php?jpostid=243970408&journalid=4423481&go=next&categ=1> (дата обращения 25 .07.2013).
6. Матюнина Д.С. История интерьера. Академический Проект, Культура, 2008 г. — 568 стр.
7. Мебель Голландии и других европейских стран XVII века. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://gardenweb.ru/mebl-gollandii-i-drugikh-evropeiskikh-stran-17-veka> (дата обращения 26 .07.2013).
8. Официальный сайт фабрики Fiam [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.fiamitalia.it/it/company/la_storia.aspx (дата обращения 26 .07.2013).
9. Официальный сайт международной выставки Salone Internazionale del Mobile [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://cosmit.it/tool/home.php?s=0,2,67,71,75> (дата обращения 26 .07.2013).

10. Официальный сайт международной выставки imm cologne — The international furnishing show [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.imm-cologne.com/en/imm/home/index.php> (дата обращения 26.07.2013).
11. Педантичность во всем. Журнал Дизайн Интерьера Е. Дмитриев [Электронный ресурс] — Режим доступа — URL: http://www.clrt.ru/interior/room/index_tplid25_recid1724.html (дата обращения 26.07.2013).
12. Рационализм. 2011 г. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://kniga-v-podarok.com.ua/Racionalizm-1926-1945-a-18.html> (дата обращения 25.07.2013).
13. Рунге В.Ф. История дизайна, науки и техники. Книга первая. М, Архитектура — С, 2006 г. — 434 стр.
14. Litchfield F. Illustrated History of Furniture: From the Earliest to the Present Time. Create Space Independent Publishing Platform — April 23, 2009 г.

СЕКЦИЯ 4.

ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЕ

4.1. РУССКАЯ ЛИТЕРАТУРА

ПРИМЕРЫ АНТРОПОМОРФИЗМА В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ Л. УЛИЦКОЙ

Магомедова Мария Васильевна

*соискатель Дагестанского государственного университета,
г. Махачкала*

E-mail: sarmatiy@mail.ru

EXAMPLES OF ANTHROPOMORPHISM IN THE WORKS OF L. ULITSKAYA

Maria Magomedova

*degree-seeking student of Dagestan State University,
Makhachkala*

АННОТАЦИЯ

В творчестве Л. Улицкой явно прослеживаются неомифологические тенденции. Структурирование художественного пространства происходит во многом благодаря антропоморфизму, а в частности одушевлению предметов. В прозе автора присутствуют разнообразные предметы, которые выступают медиаторами — атрибутами, связующими звеньями в хронотопе повествования. Образ Медеи («Медея и ее дети») можно интерпретировать с позиции антиномии живое/неживое. В художественном пространстве представлена взаимосвязь событий, судеб и вещей.

ABSTRACT

In the works of L. Ulitskaya there are clearly observed neomythological tendencies. Structuring of artistic space happens mostly

because of anthropomorphism, namely — with the help of personalization of subjects. In the author's prose there are various subjects which function as mediators — attributes connecting chronotope of narration. The image of Medea (“Medea and Her Children”) can be interpreted from a perspective of antinomy animate/inanimate. In the artistic space there is presented the interconnection of events, fates and things.

Ключевые слова: современная литература, Л. Улицкая, мифологические тенденции.

Keywords: modern literature; L. Ulitskaya; mythological tendencies.

Обращение к миру предметов обусловлено взаимосвязью вещи и пространства художественного произведения. Есин А.Б. говорит так о предметном мире художественного пространства: «Как и в жизни, так и в литературе пространство и время не даны нам в чистом виде. О пространстве мы судим по заполняющим его предметам, а о времени — по происходящим в нем процессам. Для анализа произведения важно хотя бы приблизительно определить наполненность, насыщенность пространства и времени» [1, с. 89]. Таким образом, мы видим обусловленность пространства произведения множеством различных предметов, каждый из которых несет определенную смысловую нагрузку. Вещь способна к порождению различных моделей мира, они могут выступать частью инициации героя. Можно увидеть рождение нового, упорядоченного мира из первоначального Хаоса. Мифопоэтическое пространство, таким образом всегда представляет собой пространство вещное, способное само порождать вещи, с помощью которых демонстрируется структура мира, порядок. Противостоит ему Хаос, предшествующий времени творения мира.

Поскольку мы исходим из того, что концепция мира ориентирована на миф: «Мифологическая картина мира — это антропоцентрическая система образов, объясняющая и санкционирующая существующий в обществе и мире порядок, а также человеку его самого и окружающий мир, чтобы поддержать этот порядок» [3, с. 14], важно не только определить место человека в мире, но и структурировать вещный мир, окружающий его. В центре мира, таким образом, располагается человек, наполняющий пространство атрибутами своего существования. В дальнейшем с помощью этих атрибутов возможно объяснение мира и поиск человеком своего места в нем.

В произведениях Л. Улицкой можно отметить частичное или полное одушевление предметов, наделение их способностью думать, чувствовать, вступать во взаимоотношения с людьми. Совершенно органичное слияние двух миров не вызывает чувства протеста у читателя и, конечно, у автора. Поскольку как справедливо отмечает Элиаде: «В подобном мире человек не чувствует себя замкнутым в рамках своего существования. Он тоже открыт, он общается с миром, поскольку использует тот же язык — язык символов. Если мир говорит с ним с помощью звезд, растений и животных, с помощью рек и гор, времен года и суток, то человек отвечает ему, в свою очередь, своими мечтами и воображением, своими предками и тотемами...» [10, с. 145—146].

Антропоморфизм представляет собой наделение человеческими качествами, уподобление человеку любых предметов и явлений. В соответствии с принципом антропоморфизма неодушевленные предметы, живые существа и вымышленные сущности, не обладающие природой человека, наделяются человеческими качествами — физическими и психическими. Для данного типа сознания существует только понятие живое, живым, имеющим душу, считается любой предмет. Законы этого пространства предполагают полноценное общение с предметом: перед тем как искупаться в море, как например, в романе «Медея и ее дети» нужно поздороваться с морем. В повести «Сонечка» вместе с людьми художника провожают в последний путь его картины, которые символизируют его продолжение во времени, вечности. В романе «Даниэль Штайн, переводчик» мы видим что, каждый предмет, к которому прикасается Даниэль, обретает особое значение — его «мопед полон мыслей» о движении и скорости, его шляпа «смеется» над окружающими. Мир вещей часто становится спутником героев романа, например характер Хильды, его помощницы, показан благодаря вещам. Брат Даниэль пишет ей в письме: «Ты забыла половину своих вещей — свитер, один ботинок, учебник иврита, а так же детективный роман на английском языке... Собрав эти вещи в кучку, я решил, что быть помощником священника — твое подлинное призвание» [5, с. 90]. Набор случайных вещей, к тому же забытых, характеризует героиню как человека разностороннего и увлеченного, рассеянного и простодушного. Интерес для исследования представляют духи у Улицкой — некие существа, позволяющие видеть то, что не предназначено взору обычного человека, то, что либо коренным образом меняет жизнь героев, либо ломает ее.

Чудаков А. так говорит о вещи в пространстве художественного произведения: «Художественный предмет имеет не прямое отношение к вещам запредельной ему действительности. Он феномен «своего» мира, того, в который он помещен созерцательной силою художника. Вещный мир литературы коррелирует реального, но не двойник его» [9, с. 25]. Мы видим своеобразие вещного мира, который создает автор в каждом конкретном произведении. А.Б. Есин говорит о функции вещного мира в пространстве художественного произведения: «Вещная деталь обладает способностью одновременно, и характеризовать человека, и выражать авторское отношение к персонажу» [1, с. 84]. Кроме этого, вещи могут выступать косвенными знаками эволюции персонажа, вещь способна передавать психологическое состояние персонажа.

Цитируя отрывок из романа «Казус Кукоцкого», можно говорить об определенной тенденции автора отмечать невидимое в предметном мире, наделять вещи многослойными смыслами, дающими возможность им выступать в мифопоэтической парадигме. Елена в части романа «Тетрадь Елены», вспоминая своё детство и молодость, говорит так о вещах: «В обычной дневной жизни вещи совершенно лишены таинственности и настоящего содержания... Вещи во сне не совсем настоящие: чашка не всегда умеет вместить в себя воду, ее этому как будто не научили, и вообще, они возникают не сами по себе, а лишь в тот момент, когда они нужны... Но совсем другое дело — третье состояние... Например, стакан, который держала в руках бабушка Евгения Федоровна, был не стакан вообще. Он был личность, как сама бабушка. Возможно, у него было собственное имя, мне не известное» [6, с. 120].

Подобно тому, как Алик в повести «Веселые похороны» изображал на своих картинах гранаты, множество фруктов на месте людей, Роберт в повести «Сонечка» выстраивает белые натюрморты и портреты в поисках некой тайны. После смерти мужа Сонечка устраивает выставку картин покойного, которые отражают различные периоды его жизни: несохранившиеся заграничные — нереальную прошлую жизнь, театральные макеты — жизнь семейную, белые композиции и портреты — последние годы с молодой Ясей. Жизнь Роберта наполняется новым смыслом благодаря молодой спутнице, в её молодости он находит вдохновение: «Он заканчивал свои белые серии. Открытия, как ему казалось, не состоялось. Он вскопал ту почву, что поддалась, и это было немало, но сама тайна, обещавшая вот-вот открыться, ускользнула, оставив сладкую боль приближения

и свою полноправную представительницу такой сокрушительной прелести» [8, с. 61].

Один из самых ярких примеров антропоморфизма в текстах Людмилы Улицкой — образ Медеи Синопли из романа «Медея и ее дети». Т.А. Ровенская, литературовед, критик, переводчица и специалист в области гендерных исследований, западной феминистской критики и современной русской литературы, сравнивая главную героиню романа Л. Петрушевской «Маленькая Грозная» и Медею Улицкой, давала следующие характеристики этих двух женских образов: «Немаловажным моментом является то, что названия обоих произведений содержат очевидный элемент постмодернистской провокации, вступая в конфликт с семантической структурой устойчивых мифологем: Грозный неожиданно предстает в женском облики, при этом оксюморон «Маленькая Грозная» не дает однозначного ответа, к кому же именно относится эпитет «маленький»» [4, с. 137]. С Медей ситуация складывается еще более сложная, потому что название романа также является в какой-то степени интертекстуальным оксюмороном и вызывает навязчивую ассоциацию с классическим сюжетом о детоубийстве. Действительно, и Улицкая, и Петрушевская выбрали для своих героинь имена, которые несут многоуровневые культурные коннотации, восходя к легендарной исторической фигуре Грозного и не менее одиозной героине Коринфского эпоса Медеи. Название романа «заговорило» прежде, чем сам роман и эксплицировало элемент упомянутой выше «постмодернистской провокации».

В данном случае мифологизм становится тем инструментом, при помощи которого выстраивается повествование. Писательница вступает в постмодернистскую игру с мифологическими образами и мотивами, такими как Хаос и Космос; связь жизни и смерти; важность символов родственных связей; акцентуация символов божественного, демонического и героического и др. Так, роман «Медея и ее дети», беря за основу античную и средневековую мифологическую системы, не сохраняет верность тому, что М. Элиаде называет «общими мифологическими местами». Напротив, она «разрушает его образную и символическую структуру и творит на его месте новый миф и новую реальность» [4, с. 141]. Медея Улицкой лишена не только черт яростной менады, но и потомства. Она не убивает своих сыновей, а собирает вокруг себя детей и внуков своих многочисленных братьев и сестер.

Антиномия «живое/неживое» четко прослеживается в мифологическом образе Медеи. С одной стороны, справедливо наблюдение

Ровенской о том, что Медея воплощает в себе божественную бесстрастность и демонизм, что роднит ее со сферой «неживого» или, вернее сказать «над-живого», поскольку мифологическая Медея — жрица Гекаты, а Геката, как известно, восходит к хтоническим доолимпийским божествам [3, с. 269—270]: «Образ Гекаты совмещает в себе мир героической мифологии и архаического демонизма. Она связывает мир живого и мертвого, олицетворяя мрак, она несет с собой, одновременно, и лунный свет Селены. Она богиня колдовства, страшное ночное божество, являющаяся Медее в колеснице, запряженной подземными чудовищами, с пылающим факелом в руке, окруженная демонами» [4, с. 139]. Здесь образ Гекаты сближается с образом Деметры — богини жизненной силы земли и одновременно ее дочери Персефоны — царицы подземного царства Аида. Как хранительница кладбищ, Геката имеет власть над душами умерших. Как хранительница знания древней богини, воспитанная служить ей, или как единокровная приемница, Медея обладает многими из свойств и черт своей покровительницы. В Коринфском эпосе Медея представлена простой смертной, но при этом «она вершит свой суд над людьми с неумолимостью и безжалостностью богов, и боги признают за ней это право» [11, с. 265]. С другой стороны, Медея — страстная и ревнивая чужачка, пришедшая из варварской Страны Тьмы в Светлую Элладу. И даже союз с Ясоном не делает ее для эллинов своей, и она обуреваема вполне человеческими «страстями» — досадой, болью, чувством одиночества, потери, некоторой истерии.

В восприятии этого мифологического образа важно не упустить еще один аспект: существует легенда о Медее как о «почитаемой в Колхиде солнечной богине, могущественной колдунье из фессалийских сказок, которая могла оживлять мертвых, летать по небу и прочее» [3, с. 131]. Все эти нюансы Улицкая соединила и создала «неомиф» — в романе Улицкой реализуется синтетическая конструкция женского мономифа; ремифологизируется образ Медеи и основные элементы мифа о ней. Притом, что функция образа Медеи Синопли — главной героини романа Улицкой — довольно прозрачна, а именно: структурирование, гармонизация хаоса, символика ее образа ускользает от попыток насильственной систематизации. Сложный, многомерный и многозначный, он утверждает одноприродность начал, которые в культуре привычно классифицируются как не просто противоположные друг другу, но и взаимоисключающие. Медея Синопли представляется своеобразной анти-Медеей — фигурой

отрицающей идею варварства, воплощенной в силах хаоса, — образом, вобравшим в себя черты античности и христианства.

При создании художественного пространства произведений Л. Улицкой мы часто видим построение событийных систем, имеющих особое значение. Метафорическое название, встречающееся в некоторых произведениях: «жизнь как ковер», нити которого, переплетаясь между собой, образуют непонятный на первый взгляд узор. Однако наступает момент, когда перед читателем предстает как бы «вид сверху», и возникает четкий и яркий рисунок жизни, все линии которого нужны и правильны. Так, например, Л. Улицкая через Медею, главную героиню романа «Медея и ее дети», разъясняет читателю, что «... кроме обычных причинно-следственных связей между событиями существуют иные, которые связывают их иногда явно, иногда тайно, иногда и вовсе непостижимо» [7, с. 162]. Не представляя сомнения особенное отношение героини романа к случаю, року, странным сплетениям судеб: «Медея не верила в случайность, жизнь ее была полна многозначительных встреч, странных совпадений и точно подогнанных неожиданностей» [7, с. 18]. Теме судьбы в этом романе посвящена кандидатская диссертация Новоселовой Т.А., что говорит об огромном поле для исследования. Спустя много лет увидев свое полотно, героиня вспоминает о пожаре, случившемся у ее соседки. Когда-то Медея помогла соседке, у которой сгорел дом, и через двадцать лет племянник этой соседки помогает Медее. Подобное восприятие наводит на мысль о мифологических Мойрах, ткущих нить судьбы в греческой мифологии: все встречи и события в жизни людей предначертаны при рождении и никто, даже боги, не могут ничего изменить.

В романе «Даниэль Штайн, переводчик» представлена взаимосвязь событий, судеб и вещей в художественном пространстве. Чудесное спасение жизни героя связано со многими людьми, случайная встреча впоследствии оказывается очень значительной. Обратимся к тексту романа: «Однажды я возвращался домой, какой-то крестьянин на телеге предложил подвести. Я (Даниэль) не подозревал тогда, что встреча с этим человеком — Болеслав Рокицкий его звали — сама по себе чудо. А он был из тех, кто спасал» [5, с. 98]. В дальнейшем брат Даниэль окажется на ферме этого человека, где проживет несколько месяцев. Чудесные спасения, встречи с людьми, которые помогут или как-то поспособствуют, а самое главное — чудесное спасение из Черной Пуши, встреча через шестьдесят лет выживших в лесу после побега — все это рисует тонкую картину связей духовного и материального миров. Например,

упоминается римский понтифик Иоанн Павел II, претендовавший на место в монастыре вместе с отцом Даниэлем.

В описании чудесного спасения, брат Даниэль упоминает одного из своих спасителей гестаповского начальника Рейнгольца, который помог ему убежать из полиции. Спустя много лет после войны герой встречает Дитера Рейнгольца, сына своего спасителя: «1969 год, группа экскурсантов. И Даниэль сказал тогда — отец Дитера Рейнгольца спас мне жизнь во время войны, потом Даниэль сказал мне (Хильде), что всегда, вспоминая о погибших, молится об этом майоре» [5, с. 224]. Таким образом, связь нитей ковра способна охватывать жизни противоположных сторон, людей, участвующих в войне против друг друга. Несмотря на различия, главными оказываются человеческие отношения, которые возможны не смотря на обстоятельства. Монахини, в монастыре которых Даниэль скрывался пятнадцать месяцев, колебались в возможности оказать ему помощь. Тогда они решают спросить совета, дать Господу знак и, придя в церковь, монахини слышат притчу о милосердном самаритянине: «Идите и поступайте так же... Вот на этих словах монахини и вошли в церковь. И в этом отрывке увидели они знак Божий» [5, с. 229].

Подводя итог, можно констатировать многофункциональность вещи в художественном мире произведений, ее естественное включение в реконструкцию материальной культуры изображаемого мира. Способность «веществовать» в «духовном пространстве», по словам Топорова В.Н., соотносясь с концепциями героя и мира; а также выступать как самостоятельная смыслообразующая единица анализа, лейтмотив. В данном случае мы обращаемся к мифопоэтическому контексту произведений Л. Улицкой, в связи с чем, рассматриваем вещный мир как важную составляющую часть произведения, отражающую внутреннее состояние героя и как точку соединения дополнительных смыслов.

Таким образом, мы видим присутствие в прозе Л. Улицкой разнообразных предметов, которые выступают медиаторами — атрибутами, связующими звеньями в хронотопе повествования. Могут выступать атрибутами, характеризующими позицию и отношения героев, образы героев наполняются множеством дополнительных смыслов, благодаря предметному миру произведений. Являясь частью мифопоэтического пространства, для которого характерна и одушевленность предметов, и нарушение границ миров, антропоморфизм, предметный мир позволяет актуализировать авторскую позицию писателя.

Список литературы:

1. Есин С.П. Литературоведческая культурология. — М.: Флинта, 2002.
2. Мелетинский Е.М. Поэтика мифа/Е.М. Мелетинский; Ин-т мировой литературы РАН. — 4 изд., репр. — М.: Вост. лит., 2006. — 407 с.
3. Мифы народов мира. Энциклопедия в 2-х томах/Гл. ред. С.А. Токарев. — М.: Рос. Энциклопедия, 1994.
4. Ровенская Т.А. Роман Л. Улицкой «Медея и ее дети» и повесть Л. Петрушевской «Маленькая Грозная»: опыт нового женского мифотворчества // Адам и Ева. Альманах гендерной истории. — М., 2001. № 2. — С. 137.
5. Улицкая Л. Даниэль Штайн, переводчик. — М.: Эксмо, 2006. — 528 с.
6. Улицкая Л. Казус Кукоцкого. — М.: Эксмо, 2007. — 464 с.
7. Улицкая Л. Медея и ее дети. — М.: Эксмо, 2004. — 575 с.
8. Улицкая Л. Сонечка. — М.: Эксмо, 2003. — 416 с.
9. Чудаков А. Слово-вещь-мир. — М., 1992.
10. Элиаде М. Мифы. Сновидения. Мистерии. — М., 1996.
11. Энциклопедия литературных героев. — М.: Аграф, 1997. — 495 с.

**СУДЬБА ГЛАВНЫХ ГЕРОИНЬ
ПОВЕСТИ И.С. ТУРГЕНЕВА
«СТЕПНОЙ КОРОЛЬ ЛИР»
АННЫ И ЕВЛАМПИИ ХАРЛОВЫХ**

Сабитова Наиля Санировна
аспирантка Бирского филиала
Башкирского государственного университета
E-mail: Nelly713rambler.ru@rambler.ru

**THE FATE OF THE MAIN CHARACTERS
OF THE STORY IS TURGENEV,
"STEPPE KING LEAR"
ANNA AND EULAMPIA KHARLOVA**

Sabitova Naila Sanirovna
birsk graduate student branch of the Bashkir State University

АННОТАЦИЯ

В статье исследуется понятие «судьба» как важнейшая категория сознания в творчестве И.С. Тургенева. Исследуется позднее творчество с точки зрения понимания писателем концепта «судьба» на примере анализа главных героинь повести «Степной король Лир».

ABSTRACT

This article examines the concept of "fate" as the most important category of consciousness in the works of J.S Turgenev. We study the later work from the point of view of understanding the concept of a writer "destiny" by analyzing the main characters story "Steppe King Lear."

Ключевые слова: судьба; хронотоп судьбы; некая детерминирующая сила; эволюция взглядов писателя.

Keywords: fate, destiny chronotop; certain the determining force, evolution views of the writer.

Судьба — одна из важнейших категорий сознания, с помощью которой строится концептуальная картина мира.

Судьба как жизненный путь человека развивается в определенной последовательности в пространстве и времени (хронотоп судьбы)

и в сознании людей связывается с судьбой как высшей силой. Авторское видение жизненного пути героя, его развитие и изменение в жизненных взглядах, а также точка зрения писателя на соотношение свободы и зависимости судьбы человека от обстоятельств складываются в единый комплекс, который может быть обозначен как концепт «судьба» в художественной системе писателей. Познание художественного понимания концепта «судьба» писателем возможно только через определение его мировоззрения и мировосприятия, характера мышления, неразрывно связанных с мыслительной традицией его народа. Поэтому, если концепт «судьба» — компонент миропонимания автора, то его изучение способствует более полному исследованию духовной, культурной и социальной сущности человека, представителя русского народа.

Слово «судьба» принадлежит к древнейшим ключевым словам нашей культуры. Понимание судьбы как высшей силы можно найти в определениях различных словарей. В различных энциклопедиях, словарях, справочниках под понятием «судьба» понимают неразумную и непостижимую предопределенность событий в жизни человека некой внешней силой. Например, в словаре В.И. Даля судьба определяется как «участь, жребий, доля, рок, часть, счастье, предопределение, не-минучее в быту земном, пути провидения» [2; 832]. В словаре под редакцией С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой дается следующее определение этому понятию: «1. Стечение обстоятельств, не зависящих от воли человека, ход жизненных событий. 2. Доля, участь. 3. История существования кого-чего-н. 4. Будущее, то, что случится, произойдет (книжн.). 5. в знач. сказ., кому с неопр., обычно с отриц. То же, что суждено...» [3; 635]. В Энциклопедическом словаре читаем: «СУДЬБА, в мифологии, в иррационалистических философских системах, в обыденном сознании неразумная и непостижимая предопределенность событий и поступков. В античности выступала как слепая, безличная справедливость (древнегреческая Мойра), как удача и случайность (древнегреческая Тюхе), как всеохватывающая непреложная предопределенность (фатум). Вера в судьбу часто связывалась с астрологией. Христианство противопоставило идее судьбы веру в божественное провидение. В конце XIX в. понятие судьбы получило распространение в философии жизни. В обыденной речи часто означает: участь, доля, жизненный путь, стечение обстоятельств» [1: 1296]. В настоящее время нет однозначного точного толкования понятия «судьба». Все определения сходятся в том, что слово «судьба» в русском языке обычно употребляется в двух разных значениях, которые

предположительно формируют разные мировоззренческие позиции. В одном случае, судьба может обозначать некую детерминирующую силу, над которой человек не властен. Во втором случае понятие «судьба» может указывать на уже сложившуюся последовательность событий в чьей-либо жизни.

Если обратиться ко всему творчеству И.С. Тургенева, то можно сделать вывод, что писатель — носитель определенной философии, определенной художественной концепции, в которой присутствует и концепт судьбы. Понятие «судьба» является в творчестве Ивана Сергеевича Тургенева одним из основных, главных ключевых аспектов. На протяжении всей своей жизни у писателя менялось представление о судьбе. Как было сказано выше, все определения понятия «судьба» сходятся к тому, что оно в русском языке обычно употребляется в двух разных значениях. В первом случае, судьба, действительно, может обозначать некую детерминирующую силу, над которой человек не властен. Во втором случае это слово может указывать на уже сложившуюся последовательность событий в чьей-либо жизни. Это линия жизни, как определенное проживание, цепочка, последовательность событий, которые наиболее ярко предопределяют лицо человека. Судьба — жизненная биография, демонстрация жизненных событий, обстоятельств, которая сформировала личность героя. Во втором значении дается характеристика пройденного жизненного пути, на первый план выдвигается оценочный компонент. Попытаемся проследить на анализе повести И.С. Тургенева «Степной король Лир», какое значение «судьбы» применимо в данном произведении на примере образов Анны и Евлампии Харловых, каким образом судьба влияет на дальнейшую жизнь героинь, всегда ли она покарает человека за неблагоприятные поступки в жизни.

Замысел повести относится к февралю 1869 года, когда Иван Сергеевич жил в Карлсруэ. Закончена повесть была весной 1870 года в Веймаре. Данная повесть связана с воспоминаниями писателя о жизни в родном имении Спасском, когда имением управляла его мать, Варвара Петровна Тургенева-Лутовинова — властная и суровая. В письме писателя П.А. Кашинскому от 11 марта 1869 года говорится: «Я начал повесть, в которой главное действующее лицо, старик-помещик, задумал при жизни своей передать свое родовое имение двум своим дочерям» [4: с. 324—325]. Главными героинями повести «Степной король Лир» являются Анна и Евлампия Харловы, дочери помещика Мартына Харлова. Вот как описывается старшая дочь Анна в начале повести: «Это была женщина росту среднего, сухоощавая, очень живая и проворная в своих движениях, с русыми

густыми волосами, с красивым смуглым лицом, на котором несколько странно, но приятно выдавались бледно-голубые узкие глаза; нос она имела прямой и тонкий, губы тоже тонкие и подбородок «шпилькой» [5; с. 169]. В ходе дальнейшего повествования узнаем, что Анна была очень злой и строгой женщиной, которую боялась прислуга и собственный отец ее также не особо жаловал. Младшая дочь Евлампия описывается более детально: «Евлампия была тоже недурна собой, не хуже сестры, но только в другом роде. Росту она была высокого, сложения дородного; все в ней было велико: и голова, и ноги, и руки, и белые как снег зубы, и особенно глаза, выпуклые, с поволокой, темно-синие, как стеклярус; все в ней было даже монументально (недаром она доводилась Мартыну Петровичу дочкой), но красиво. Белокурую густую косу она, видимо, не знала куда деть и раза три обматывала ее вокруг темени. Рот у ней был прелестный, свежий, как розан, малинового цвета, и когда она говорила, середина верхней губы очень мило приподнималась. Но во взгляде ее огромных глаз было что-то дикое и почти суровое» [6; 172]. В ходе дальнейшего повествования узнаем весь основной сюжет: отец при жизни оставляет в наследство дочерям все свое имущество, надеясь на то, что его любимые дочери не обделят его кровом и не будут попрекать куском хлеба. Главное место в произведении занимает проблема нравственности. Для раскрытия нравственного момента в повести писатель использует сюжет шекспировской трагедии «Король Лир». Иван Сергеевич создал повесть, в которой действительно ощущается шекспировский накал чувств и страстей, бушующих в его героях. Это вечная трагедия: отец отдал дочерям свое имущество, а они, забыв в родственных связях и чувствах, в признательности, доводят отца до положения приживальщика, лишают его собственного крова и фактически ускоряют его приближение к гибели. Писатель в этом произведении ставит этические вопросы, один из основных говорит о том, как оказалось возможным, чтобы дети предали отца? Поражает и удивляет одно обстоятельство — дочери Мартына Петровича Харлова совершили нравственное преступление, но не пострадали за него. Добро и справедливость не восторжествовали, этому писатель не находит логического объяснения, а поэтому говорит о наличии непознанных законов, но вполне естественных. «Все на свете — и хорошее и дурное — дается человеку не по его заслугам, а вследствие каких-то еще неизвестных, но логических законов, на которые я даже указать не берусь, хоть иногда мне кажется, что я смутно чувствую их» [7; 225]. В финале повести спустя много лет читатель вновь

встречается с главными героинями, которые преуспели в жизни. Анна Харлова обзавелась своим постоянным двором, который приносит ей стабильный доход, у нее трое детей, она выглядит довольной и преуспевающей женщиной: «... Анна Мартыновна вела жизнь весьма счастливую. Довольством внутренним и внешним, приятной тишиной душевного и телесного здоровья так и веяло от нее самой, от ее семьи, от всего ее быта. Насколько она заслуживала это счастье... это другой вопрос» [8; 225]. Евлампия Харлова становится богородицей хлыстов-раскольников: «Я узнал ее немедленно, я ни единого мгновения не колебался, да и нельзя было колебаться; таких глаз, как у ней — и особенно такого склада губ, надменного и чувственного, — я ни у кого не видывал. Лицо ее стало длиннее и суше, кожа потемнела, кой-где виднелись морщины; но особенно изменилось выражение этого лица! Трудно передать словами, до чего оно стало самоуверенно, строго, горделиво! Не простым спокойствием власти — пресыщением власти дышала каждая черта; в небрежном взоре, который она на меня уронила, сказывалась давнишняя, застарелая привычка встречать одну благоговейную, безответную покорность» [9; 227]. Дочери Мартына Харлова преуспели в жизни, то совершенное нравственное преступление против своего отца, совершенное ими в юные годы, не отразилось на их дальнейшей судьбе.

Раннее творчество И.С. Тургенева характеризовалось тем, что во многих его повестях и рассказах герои расплачивались за совершенные ими злодеяния, тем самым писатель считал, что судьба карает человека за его грехи. Тому подтверждение рассказ «Три портрета» и повесть «Постоялый двор», написанные писателем в ранний период творчества. Со временем происходит эволюция взглядов писателя, он начинает размышлять о том, всегда ли человек расплачивается за неблагоприятные поступки. Тургенев приходит к выводу, что не всегда это происходит. Человек не в ответе за свою жизнь, потому что судьба с рождения человека определяет ему место в жизни. Судьба в повести «Степной король Лир» рассматривается как некая детерминирующая сила, над которой человек не властен. В повести слышится голос писателя, который будто спрашивает читателя, по каким логическим законам дается человеку и хорошее, и плохое. Ответа нет, остается лишь многоточие...

Список литературы:

1. Большой энциклопедический словарь / под ред. А.М. Прохорова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: 2000. С. 1296.
2. Даль В.И. Толковый словарь русского языка: Современное написание. — М., 2004, с. 832.
3. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Словарь русского языка. М.: «Словарь русского языка. М.: «Русский язык», 1989, с. 635.
4. Тургенев И.С. Полн. собр. соч. и писем в 30-ти тт. Письма. Т. 7. — М.: Наука, 1980., с. 324—325.
5. Тургенев И.С. Полн. собр. соч. и писем в 30-ти тт. Т. 8. — М.: Наука, 1980., с. 169.
6. Тургенев И.С. Полн. собр. соч. и писем в 30-ти тт. Т. 8. — М.: Наука, 1980., с. 172.
7. Тургенев И.С. Полн. собр. соч. и писем в 30-ти тт. Т. 8. — М.: Наука, 1980., с. 225.
8. Тургенев И.С. Полн. собр. соч. и писем в 30-ти тт. Т. 8. — М.: Наука, 1980., с. 225.
9. Тургенев И.С. Полн. собр. соч. и писем в 30-ти тт. Т. 8. — М.: Наука, 1980., с. 227.

4.2. ЛИТЕРАТУРА НАРОДОВ СТРАН ЗАРУБЕЖЬЯ

ЭЛЕКТРОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ВЫХОД ИЗ РЕАЛЬНОСТИ В РОМАНЕ У. ГИБСОНА «ГРАФ НОЛЬ»

Беляева Ольга Васильевна

*преподаватель кафедры английской филологии
Крымского инженерно-педагогического университета,
г. Симферополь*

E-mail: olga.belyaeva@kipu.crimea.ua

ELECTRONIC TECHNOLOGIES AS THE ESCAPE OUT OF THE REALITY IN "COUNT ZERO" BY WILLIAM GIBSON

Belyaeva Olga

*teacher of the English Philology Department
of the Crimean engineering-pedagogical University,
Simferopol*

АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается идейно-эстетическое воплощение феномена виртуальной реальности в романе У. Гибсона «Граф Ноль» (1986), как фантастическая модель освобождения от тела и выхода за пределы реальности, описан образ киберпространства, которое предлагает возможность реализации субъективных фантазий.

ABSTRACT

The aim of the article is to elucidate aesthetic embodiment of virtual reality concept in William Gibson's novel "Count Zero" (1986) as a fantastic idea of going out beyond the limits of body and reality, cyberspace image that offers the opportunity to implement personal fantasies is analyzed.

Ключевые слова: виртуальная реальность; киберпространство; Уильям Гибсон; «Граф Ноль».

Keywords: virtual reality; cyberspace; William Gibson; “Count Zero”.

Сегодня духовная жизнь во многом определяется «Великим разрывом» (Ф. Фукуяма) с традиционными ценностями, сформировавшимися в основном еще в античном мире. Явственно выступает глубина разрыва сегодняшней западной культуры с той библейско-аристотелевской картиной мира, в которой единственной, по сути, данностью для человека была земная, материальная реальность, хотя параллельно утверждалось и «метафизическое» измерение бытия. Наблюдается феномен «бегства от действительности», составляющий характерный момент современного духовного выбора множества людей. Но если в традиционных культурах едва ли не главным путем в иную реальность был уход в религиозный транс, то в современной культуре явственно вырисовывается такое принципиально новое направление этого исхода из реальности, как уход в «киберпространство» компьютерного мира.

В стереотипах массовой культуры виртуальная реальность ассоциируется с развитием компьютерных технологий и так называемой «киберкультурой». Виртуальная реальность воспринимается как новый способ постижения действительности и овладения ею, поскольку в современной культуре информационные технологии заняли ведущее место, и способны убедительно моделировать фантастические художественные пространства.

В литературе идея виртуальной реальности как «киберпространство» — cyberspace — (от cybernetics — *кибернетика* и space — *пространство*) впервые была введена У. Гибсоном в новелле «Сожжение Хром» («Burning Chrome»), которая была напечатана в 1982 г. в журнале *Омни*, а позже развернута в романе «Нейромант» («Neuromancer», 1984). У. Гибсон считается основателем стиля «киберпанк» — стиля, который совершил жанровую революцию в американской литературе 1970—1980-х гг.: одним из основных элементов художественного мира авторов, которые представляли это направление в контексте маргинальной контркультуры, становится виртуальная реальность. Творчеству У. Гибсона посвящены работы Ю. Жаданова, П. Алкона, Л. Олсена, Д. Кавалларо, Т. Хенторна, К. Спонслер, Дж. Томберг, Т. Майерса и др.

«Граф Ноль» — второй роман трилогии «Киберпространство», который номинировался на премию Небьюла, Хьюго, премию Летописи научной фантастики и Локус в 1987 г.

Действие романа происходит в будущем, это мир, тотально управляемый корпорациями — «Маас Биолобс», специализирующаяся на изготовлении биософта, и «Хосака», занимающаяся производством компьютерного оборудования. Корпорации фактически владеют людьми, подписывая с ними пожизненный контракт.

В романе три независимые сюжетные линии, которые плавно объединяются к кульминации повествования. Главные действующие лица центральной сюжетной линии — Бобби Ньюмарк, начинающий ковбой под кодовым именем Граф Ноль, Марли Крушкова, которая занимается поисками катулок Корнелла для мультимиллиардера Йозефа Вирека, и наемник Тернер, которого наняли, чтобы помочь известному ученому избежать контракта с большой корпорацией и перебежать на сторону другой. Прежде чем оставить работу наемника, Тернер помогает дочери ученого, Энджи Митчелл, сбежать из корпорации к жрецам вуду, которые сотрудничают с «богами» киберпространства. Позже выясняется, что эти «боги» — интеллектуальные конструкторы Зимнего Безмолвия (Искусственный Интеллект), который начал поглощать матрицу бытия еще в романе «Нейромант». В мозг Энджи имплантирован особый биомеханизм, что позволяет ей проецировать свое сознание в матрицу, поэтому ее преследует наемники корпораций.

Человек стал частью техно-мира — он распрощался даже со своим телом, которое теперь стало, как говорит по этому поводу Д. Кавалларо, «продуктом потребления» — оно генетически модифицировано, реструктурировано [5, с. 92—93].

В мире будущего, рисуемом У. Гибсоном, информацией обмениваются в киберпространстве, которое является не только ключевым образом романа, но и важнейшей составляющей жизни людей будущего. Вот как определяет киберпространство Л. Шиповская: «Киберпространство является своеобразной ментальной картой информационных ландшафтов, имеющих в памяти компьютера, в соединении с программным обеспечением и позволяет пробуждать воображение человека, давать ему возможность преодолевать ограниченность реальности, решать потенциальные задачи виртуальной реальности» [3, с. 37]. По У. Гибсону: «...киберпространство. Это консенсуальная галлюцинация, <...> Графическое представление данных, хранящихся в памяти каждого компьютера, включенного в общечеловеческую сеть. Невообразимая сложность. Световые лучи

в псевдопространстве мозга, кластеры и созвездия данных...» [1, с. 65]. Дж. Стойер также отмечает, что «ключом к определению виртуальной реальности в условиях человеческого опыта, нежели технологий является концепт присутствия. Присутствие может рассматриваться как опыт в своей физической среде, это относится не к окружению, в котором они существуют в физическом мире, а к восприятию той среды, которая опосредована как автоматическими, так и контролируемыми психическими процессами» [6, с. 75].

В «Графе Ноль» (как и в двух других романах первой трилогии) широко развернута идея взаимодействия человека и электронных технологий.

Автор создает определенный набор «технических» образов для реализации представления о виртуальности и инфопространстве, которые, впрочем, суть просто варианты фольклорного «волшебного помощника». Прежде всего, герои романа подключаются к *деке* (англ. *cyberspace deck* — устройство, которое используется для подключения к матрице). Затем следует отметить *стимустройства*, которые обеспечивают погружение в ВР, а именно — можно подключаться к киберпространству и просто включаться с помощью *тродов* в уже готовые программы и просматривать их, что напоминает современное телевидение или фильмы в 3D. Одним из таких устройств является *симстим* (стимулированная модель), средство массовой информации и популярный способ развлечения в виртуальной реальности: «Марли надела пластмассовые троды, воткнула штекер в подлокотник кресла, и со вздохом вставила кассету в прорезь рядом с разъемом. Внутренность челнока «Джей-Эй-Эль» растворилась в сиянии эгейской голубизны, и на у глазах у Марли в безоблачном небе проступили заглавные буквы элегантного шрифта: «ВЫСШИЙ СВЕТ ТЭЛЛИ ИШЭМ» [2, с. 314]. Тэлли Ишэм — образ «Золотой Девочки без возраста», встроенный в сим-реальность. С помощью этого устройства можно войти в *симстим* записи другого человека и почувствовать себя им. Здесь на помощь писателю приходит обильно внедряемая в текст эротика. Она как бы помогает «оживить» мир искусственных пространств и симулякров: «Теперь же Марли обнаружила, что заперта в загорелом, гибком теле Тэлли с его потрясающе комфортабельным сенсорным восприятием. Тэлли Ишэм вся будто светилась здоровьем и силой, вдыхая глубоко и свободно, ее грациозное тело — кожа, мускулы, кости, — казалось, никогда не слышало о напряжении. <...> Войти в ее симстим-записи — это как погрузиться в ванну совершенного здоровья, почувствовать весну в высоких ключицах и округлость груди под

шелковистым египетским хлопком простенькой белой блузки» [2, с. 314].

Подключение к стим-реальности — это, в конечном итоге, еще один из способов побега от действительности: можно побывать в мире, который даже не воображал, и увидеть то, что недоступно в реальной жизни, примерить на себя чужую жизнь или даже тело успешного и знаменитого человека или черты придуманного образа. У Гибсона возможно даже избежать мучительных страданий и вести деловой образ жизни. Так, например, тело Йозефа Вирека в течение десяти лет пребывает в резервуаре в Стокгольме, подключенное к многочисленным системам жизнеобеспечения, но его виртуальная проекция находится в виртуальном парке Гуэля в Барселоне. Масштабы и детали этой сказочной проекции парка созданы новыми биочипами «Мааса» и поражают проработанностью объектов, максимально приближенных к реальным, и необычностью входа. Марли Крушкова была готова к стандартному процессу входа, надев шлем и троды, но это оказалась принципиально иная технология погружения в VR. Марли дотронулась до медной дверной ручки, которая будто ожила от ее прикосновения, «конвульсивно выгнулась, скользя в первую секунду контакта по тактильному спектру текстуры и температуры тканей. <...> Потом ручка вновь стала металлической <...> чугуном, уходящим вниз и вдаль, к линии горизонта... превратилась в старые перила, за которые Марли теперь ошарашенно цеплялась» [2, с. 29]. У. Гибсон дает красочное описание виртуального парка Вирека и ощущений Марли: окутанные странной дымкой вычурные шпили церкви Святого Семейства, застывшая гигантская ящерица с узором прожилок на обливной керамике кожи. «В лицо ей бросило несколько капель дождя. Запах дождя и влажной земли. <...> Борясь с головокружением, Марли схватилась за перила и второй рукой» [2, с. 29].

В киберпространстве взаимодействуют двойники героев: так, двойников Йозефа Вирека в реальном мире охраняет его правая рука Пако, который в «совершенной иллюзии» виртуального парка Вирека является подпрограммой и предстает шестилетним мальчиком в костюме начала XX века, периода, когда создавался реальный парк Гуэль. Сам же Вирек, вернее его голограммы периодически появляются на различных мероприятиях в реальной жизни, проживая свою собственную жизнь, со слов Вирека: «Различные части моего состояния со временем приобрели автономность; порой они даже противоборствуют друг с другом» [2, с. 31]. Однако подобная виртуальная жизнь такая же хрупкая, как и физическая. Целью Вирека

было освобождение от бренного тела навсегда, он надеялся добраться до Искусственного Интеллекта и внедрить себя в ткань матрицы, слиться с ним и в какой-то степени получить бессмертие. Но в финале романа система Вирека перегружена из-за проникновения в его виртуальное пространство Бобби Ньюмарка, а Пако не удается достичь искусственного интеллекта. Образы и предметы виртуального мира Вирека по деталям начинают распадаться, как отколовшаяся мозаика: «цветы на клумбах на глазах увядали, трава серела и распадалась в пыль, а воздух над клумбой завихрялся мелкими смерчами». «Ребенок [Пако] резко повернулся, рывкнул пистолетик... и вдруг мальчик опал, сдулся, как проколотый воздушный шар» [2, с. 418, 419,]. Смерть постигла Вирека и в виртуальной, и в реальной жизни. Вирек пытался бежать, но так называемые духи киберпространства, появившиеся в виртуальном парке Гуэль в виде «белого креста» уничтожили его, а в реальной жизни в сводке новостей было объявлено о кончине Вирека «в результате сбоя катастрофического характера в системе жизнеобеспечения» [2, с. 430].

Киберпространство в романе У. Гибсона становитсяместищем не только информационных данных, но и формой существования человека. У. Гибсон ломает физические, психологические и философские границы между человеческой и машинной экзистенциями [4, с. 76].

Технический прогресс в XX веке предложил человечеству уход от реальности посредством телевидения, кинематографа, видеосистем. Взамен же человек получил небывало острую форму отчужденности и одиночества. Будущее, описываемое У. Гибсоном, предполагает еще более эффективные пути побега от действительности, и еще более жестокий вариант отчуждения. Популярный способ проведения досуга — погрузиться в стим-записи, прочувствовать светлые и оптимистичные ощущения, но через чужое тело, через пассивное проживание чужой жизни. Преодоление физической немощи, но через слияние с машиной. В романе У. Гибсона «Граф Ноль» идейно-эстетическое воплощение феномена VR очерчивает ряд социально-философских проблем современности: виртуализация общества и личности, виртуальный мир, как форма эскапизма от действительности, грань между реальным и виртуальным, перспективы взаимодействия человека и компьютера.

Список литературы:

1. Гибсон У. Нейромант. М.: ООО «Издательство АСТ»; Спб.: Terra Fantastica, 2000. — 320 с.
2. Гибсон У. Граф Ноль. М.: ТКО АСТ; Спб.: Terra Fantastica, 1997. — 480 с.
3. Шиповская Л.П. Виртуальная реальность. Потребность в новых информационных технологиях // Сервис PLUS. — 2010. — № 4. — С. 36—45.
4. Alkon P. Deus ex machine in William Gibson's Cyberpunk trilogy / P. Alkon // Fiction 2000: Cyberpunk and the Future of Narrative / Ed. G. Slusser and T. Shippey. — Athens: University of Georgia Press, 1992. — P. 75—88.
5. Cavallaro D. Cyberpunk and cyberculture: science fiction and the work of William Gibson / Dani Cavallaro. — L. — N.J.: The Athlone Press, 2000. — 260 p.
6. Steur J. Defining Virtual Reality: Dimensions Determining Telepresence / J. Steur // Journal of Communication, Volume 42, Issue 4, December 1992, P. 73—93.

4.3. ЖУРНАЛИСТИКА

НОВЫЕ ФОРМЫ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ В МЕСТНОЙ ПЕЧАТИ

Мухаметзянова Римма Равилевна

*старший преподаватель Набережночелнинский институт
Казанского (Приволжского) федерального университета,
г. Набережные Челны
E-mail: Rimma.ravilevna@gmail.com*

NEW FORMS OF FEEDBACK IN LOCAL PRESS

Rimma Moukhametzyanova

*the senior teacher of department mass communication,
Branch of Kazan Federal University in Naberezhnye Chelny,
Naberezhnye Chelny*

АННОТАЦИЯ

В статье исследуются новые формы обратной связи в местной печати. Используя метод включенного наблюдения, автор выделяет следующие формы: стимулирующие акции с обязательными поощрениями читателей, организация различных фестивалей и праздников, информационное спонсорство, содействие в благотворительности. Делается вывод, что в местной печати в качестве основных форм обратной связи сделана ставка на рекреативную составляющую, а не на мнение аудитории.

ABSTRACT

This article investigates new forms of feedback in the local press. Using the method of participant observation, the author identifies the following forms: readers commenting on the official websites of newspapers, stimulating action with binding promotions readers, the organization of festivals and events, sponsorship information, assistance in charity. It is concluded that in the local press as a basic forms of feedback on the bet of recreational component, and not the opinion of the audience.

Ключевые слова: аудитория; обратная связь; письма; электронные ресурсы газет; бесплатные газеты; связи с общественностью; общение, удержание внимания аудитории.

Keywords: audience; feedback; letters; e-resources of newspapers; complimentary newspapers; public relations; writing; communications; hold the audience's attention.

В пестроте печатных изданий каждое СМИ пытается удержать внимание аудитории с помощью содержания, дизайна, привлечения медийных лиц к деятельности редакции. Как заявляет А.А. Лебедев, «эффективность массовых коммуникаций во многом определяется включенностью в информационный процесс аудитории, тем, в какой мере сами люди участвуют в этом процессе» [4].

Если еще чуть более 10 лет назад ряд авторов, в их числе С.Г. Корконосенко, Д.В. Ольшанский, А.А. Лебедев, отмечали, что письма читателей являются «традиционным и надежным способом обратной связи» [5, с. 307] и «связь редакции с аудиторией на практике в подавляющем большинстве случаев воплощается в форме работы с письмами» [4], то в настоящее время письма не являются основным каналом коммуникации со СМИ. Активная часть населения, имеющая определенные сложности, предпочитает обращаться напрямую к руководителям организаций через официальные сайты предприятий или личные страницы в социальных сетях.

Другие формы обратной связи, предложенные С.Г. Корконосенко, соавторская, тестирующая, консультативная, экспертная, исследовательская [3, с. 155—156] и вовсе стремятся исчезнуть из функциональной деятельности местных СМИ. В большинстве случаев материалы внештатных авторов не публикуются, что объясняется недостатком газетных площадей издания (продажа рекламных модулей в ряде местных изданий идет даже в день верстки), а также нежеланием редакционного коллектива предоставлять место для «чужих» текстов, тем самым лишая собственных журналистов возможных гонораров.

И.В. Жилавская считает, что работа с аудиторией предполагает два вида деятельности: взаимодействие с представителями различных аудиторных групп и работа с информационными продуктами информальных авторов, которая включает в себя экспертирование, редактирование, адаптацию текста [1, с. 7—13].

В свою очередь, И.Д. Фомичева считает, что «в пространстве отношений между журналистом и аудиторией отмечается отчуждение и незнание» [7]. Это суждение подтверждается посредством изучения деятельности местной печати.

Используя метод включенного наблюдения (автор возглавлял редакцию одной из городских бесплатных газет), можно выдвинуть ряд положений, характерных для обратной связи в местной печати на современном этапе. В качестве эмпирической базы выступили бесплатные рекламно-информационные газеты: «Единство», «Полезная газета», «Капитал» (тираж каждой газеты свыше 100 тыс. экземпляров) и ряд изданий, распространяемых по подписке и продаже: «Челнинские известия», «Челны ЛТД», «Телесемь — Набережные Челны». Территория распространения периодики — Набережные Челны, второй по численности населения город Татарстана. В настоящее время в данном медиапространстве функционирует порядка 60 СМИ, преобладающая часть из которых, свыше 50, принадлежит к коммерческой форме собственности. Анализ действий редакции представлен за один год — с июля 2012 года по июль 2013 года.

Каждое из заявленных изданий стремится создать надежную обратную связь с аудиторией, используя различные формы. Единственным каналом традиционной формы обратной связи — писем — выступает лишь рубрика — «Народные новости» на сайте газеты «Челны ЛТД» (68 сообщений от читателей за год).

Особое внимание общению с аудиторией уделяют бесплатные информационно-развлекательные газеты. Они вынуждены постоянно стимулировать интерес к изданию, иначе потеря внимания может грозить возможным оттоком рекламодателей в конкурирующие издания. К тому же платным изданиям они уступают в том, что последние имеют стабильную аудиторию: читатели в определенном смысле дорожат содержанием, имея подписку на газету. Издания готовы идти на беспрецедентные в практике местных СМИ меры с целью удержания и увеличения читателей. Так, в честь своего трехлетия «Полезная газета» провела розыгрыш «Попади в яблочко», по результатам которого трем читателям вручили продукцию Apple.

Выделим следующие новые формы обратной связи в местной печати:

1. Комментирование журналистских материалов.

Комментирование на официальных сайтах газет становится одной из новых форм обратной связи, но пока не является основной. Так, на официальном сайте газеты «Челнинские известия», входящем в ТОП-20 самых цитируемых СМИ РТ (4 место) [6], максимальное количество комментариев к одному журналистскому материалу варьируется в пределах 65 замечаний. Завидную стабильность интереса аудитории к материалам может продемонстрировать

и официальный сайт «Челны ЛТД». Отметим, что на этих сайтах комментирование размещается сразу же, предварительного согласования комментария с администратором сайта нет. Безусловно, это импонирует аудитории. В то же время комментарии на страницах социальных сетей всех изданий практически отсутствуют.

2. Стимулирующие конкурсы, акции с обязательным поощрением читателей.

Для привлечения аудитории, а также в связи с информационным голодом местные издания периодически запускают акции, направленные на «покупку новостей» от читателей. Наиболее успешно эта форма в виде подачи несуразных фотографий из жизни города реализуется в рубрике «Сними и Заработай» в газете «Челны ЛТД».

Самой популярной формой, применяемой во всех местных СМИ, являются тематические конкурсы фотографий. Лидером является сайт «Челнинских известий» — 30 конкурсов за 1 год. Редакцией сделан акцент на тех снимках, которые есть в каждой семье: «Миллион алых роз», «Моя любимая игрушка», «Усатые, полосатые», «Счастливы вместе», «Мой трофей» и ряде других. Подобную тактику старается применить и другая газета, «Единство», уступая лишь в количестве участников.

Еженедельное рекламно-информационное издание «Капитал» применяет в качестве формы обратной связи конкурсы, направленные на изучение содержания газеты. Так, проводится конкурс «Деньги к деньгам», где необходимо угадать последние 4 цифры на купюре, вырезать купон из газеты, заполнить его и принести в редакцию. Суть другого конкурса, «Липовая находка», в поиске рекламного объявления о несуществующей услуге или продукте в газете.

В других изданиях, журнале «Телесемь — Набережные Челны» или «Полезной газете» еженедельно публикуются конкурсы с вариантами ответов. Задания созданы примитивными для того, чтобы задействовать максимальное количество читателей. Для создания прозрачности публикуются фотографии победителей.

К сложным заданиям, как например, в конкурсе «Кулинарный гений — 365 дней в году у плиты», посвященном приготовлению блюд из определенных продуктов, аудитория не проявляет интереса. Так же мал процент участников, если используется платный сервис для приема SMS или подарок замаскирован под емким словом «сюрприз».

3. Информационное спонсорство.

Помогает увеличить количество подписчиков в социальных сетях, повысить посещаемость официальных сайтов. Так, конкурс «Маленькая Мисс — Набережные Челны» освещали два издания —

«Челнинские известия» и «Полезная газета». Скопировав методику привлечения аудитории с помощью голосования за приз читательских симпатий, «Полезная газета» запустила на странице в социальной сети голосование. Количество подписчиков увеличилось с 700 участников до 4000. Однако заметим, что количество подписчиков не может отражать реальные данные, так как часть из них, а в некоторых случаях и большинство участников в группах, являются «фейками», то есть двумя или более зарегистрированными на ресурсе аккаунтами одного человека.

Информационное спонсорство также интересно изданиям с коммерческой точки зрения. Например, при содействии в освещении конкурса «Мой любимый детский врач» на газетные полосы в «Полезной газете» дополнительно были привлечены рекламодатели, специализирующиеся на медицине и детских товарах.

4. Содействие в благотворительности.

Все бесплатные газеты безвозмездно размещают на своих страницах рекламные модули с призывом помочь конкретным детям.

В отличие от Челнов оригинальный и одновременно спорный социальный ход в качестве формы обратной связи предложен в информационном еженедельнике Башкортостана Bonus, который можно отнести к разряду оппозиционных СМИ. В материале под заголовком «Каждый уничтоженный номер Bonus'a — судьба детей, нуждающихся в помощи» [2, с. 6] написано, что изъятие издание, которое распространяется бесплатно по почтовым ящикам, по мнению редакции и ряда экспертов, происходящее по указанию чиновников, лишает больных детей возможности выздороветь и получить помощь. Помимо материала в первой части газеты представлена информация, где читателям предлагается оказать финансовую помощь больным детям. Таким образом, на наш взгляд, происходит спекулирование на эмоциях читателей.

1. Организация различных праздников.

Сейчас городские газеты постепенно приходят к идее проведения самостоятельных мероприятий городского масштаба. Рекламодателям предлагается выступить в качестве спонсоров на мероприятии: редакции готовы провести конкурсы под их фирменной атрибутикой, упоминать об их деятельности во время концерта, осветить их участие на страницах газеты.

Так, журнал «Телесемь — Набережные Челны» к Международному дню защиты детей организовал масштабный праздничный концерт с участием детских городских коллективов. «Полезная газета» провела городской конкурс детского творчества и красоты «Беби-

Бум — 2013». Анонс конкурса активно освещался на официальном сайте газеты, социальных сетях и страницах издания.

Создание и проведение различных праздников является не только одной из форм обратной связи с аудиторией, но и источником дополнительного дохода редакции, укрепления взаимоотношений с рекламодателями.

Таким образом, в местной печати в качестве основных форм обратной связи сделана ставка на рекреативную составляющую, а не на мнение аудитории. Если подобная тенденция будет наблюдаться и в последующем, то редакции местных СМИ утратят контакт с аудиторией.

Перед запуском любого проекта, связанного с обратной связью, необходимо выяснить, кому он адресован, как будет восприниматься, какую вызовет реакцию и т. д. В данный момент сотрудники большинства местных редакций действуют интуитивно, чаще всего не соразмеряя предпочтения, ожидания и потребности аудитории.

Список литературы:

1. Жилавская И.В. Новые редакционные технологии работы с аудиторией // Современные тенденции в развитии российского медиаобразования — 2010: Сб. материалов Всероссийской научно-практической конференции. Т. 1. — М.: Факультет журналистики МГУ, 2010. С. 7—13.
2. Каждый уничтоженный номер Bonus'a — судьба детей, нуждающихся в помощи // Bonus. — 2013. — 25 июля.
3. Корконосенко С.Г. Основы журналистики: Учебник для вузов. — М.: Аспект Пресс, 2004. — 285 с.
4. Лебедев А.А. «Независимость СМИ» многие понимают как свободу от «возни с читательскими письмами»... // Мастерские: Мастер-класс в современном медиапространстве. 2002. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://mediart.ru/1186.html> (дата обращения 02.08.2013).
5. Ольшанский Д.В. Психология масс. — СПб.: «Питер», 2001. — 368 с.
6. Татарстан: рейтинг СМИ за 2012 год // Информационно-аналитическая система Медиалогия. — 2012. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.mlg.ru/ratings/regional_media/0/28/2012/0/ (дата обращения 03.08.2013).
7. Фомичева И.Д. Аудитория СМИ: мифы и реальность. 2006. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.nordicmedia.ru/images/articles_%20projects/Finproject_articles/Fomicheva1.pdf (дата обращения 01.08.2013).

**«В МИРЕ НАУКИ И ИСКУССТВА:
ВОПРОСЫ ФИЛОЛОГИИ,
ИСКУССТВОВЕДЕНИИ
И КУЛЬТУРОЛОГИИ»**

Материалы XXVI международной
заочной научно-практической конференции

05 августа 2013 г.

В авторской редакции

Подписано в печать 12.08.13. Формат бумаги 60x84/16.
Бумага офсет №1. Гарнитура Times. Печать цифровая.
Усл. печ. л. 8,5. Тираж 550 экз.

Издательство «СибАК»
630075, г. Новосибирск, Залесского 5/1, оф. 605
E-mail: mail@sibac.info

Отпечатано в полном соответствии с качеством предоставленного
оригинал-макета в типографии «Allprint»
630004, г. Новосибирск, Вокзальная магистраль, 3