

2016

ВЫПУСК 15

ЭЛЕКТРОННЫЙ  
ЖУРНАЛ

[www.discourseanalysis.org](http://www.discourseanalysis.org)

**(СОВРЕМЕННЫЙ  
ДИСКУРС-  
АНАЛИЗ)**

**Социальные контексты дискурса**

СОВРЕМЕННЫЙ ДИСКУРС-АНАЛИЗ

Выпуск 15, 2016

Электронный журнал

Редакционная коллегия:

*Кожемякин Евгений Александрович*, д.филол.н., зав. кафедрой коммуникативистики, рекламы и связей с общественностью НИУ «БелГУ» (г. Белгород)

*Полонский Андрей Васильевич*, д.филол.н., зав. кафедрой журналистики НИУ «БелГУ» (г. Белгород)

*Русакова Ольга Фредовна*, д. полит.н., проф., зав. отделом философии Института философии и права УрО РАН (г. Екатеринбург)

*Синельникова Лара Николаевна*, д.филол.н., проф. кафедры русского языка, теории и истории литературы Крымского гуманитарного университета (г. Ялта)

*Пастухов Александр Гаврилович*, к.филол.н., зав. кафедрой иностранных языков Орловского государственного института культуры (г. Орёл)

*Дубровская Татьяна Викторовна*, д.филол.н., зав. кафедрой «Английский язык» Пензенского государственного университета (г. Пенза)

*Переверзев Егор Викторович*, к.филол.н. (г. Шанхай, Китай)

*Аматов Александр Михайлович*, д.филол.н., проф. кафедры английского языка и методики преподавания НИУ «БелГУ» (г. Белгород)

*Борисов Сергей Николаевич*, д.филол.н., проф. кафедры философии и истории науки БелГИИК (г. Белгород)

*Корбут Андрей Михайлович* – н.с. Центра фундаментальной социологии ИГИТИ Высшей школы экономики (г. Москва)

*Тягунова Татьяна Васильевна* – университет Галле-Виттенберг (г. Галле, Германия).

**Центр коммуникативных и медийных исследований  
«Медиаперспектива»**

*Белгородского государственного национального исследовательского  
университета*

Контакты:

[e.a.kozhemyakin@gmail.com](mailto:e.a.kozhemyakin@gmail.com) (Кожемякин Е.А.),

[egorpereverzev@gmail.com](mailto:egorpereverzev@gmail.com) (Переверзев Е.В.).

Web-сайт журнала: [www.discourseanalysis.org](http://www.discourseanalysis.org)

СОДЕРЖАНИЕ

**ЕВГЕНИЙ КРОТКОВ ФИЛОСОФИЯ КАК ТЕКСТ, МЫШЛЕНИЕ  
И КОММУНИКАЦИЯ 4**

**ВАЛЕРИЙ МЕРИНОВ, ДАНИИЛ СВЕТОВОЙ КОНЦЕПТ  
«ФАШИЗМ» В СОВЕТСКОЙ ГУМАНИТАРНОЙ МЫСЛИ  
(на примере публицистики И.Г. Эренбурга) 23**

**ЕЛИЗАВЕТА ВЕЖНОВЕЦ КОММЕНТАРИИ В СОЦИАЛЬНЫХ  
СЕТЯХ: ПРОИЗВОДСТВО И ВОСПРОИЗВОДСТВО  
ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСА 35**

**АЛЕКСАНДР БУШЕВ, ЯНА ИВАНОВА НОВАЯ СРЕДА  
СОЦИАЛЬНОГО ДИСКУРСА: ГОРОДСКАЯ ИНТЕРНЕТ-  
ГАЗЕТА (на примере THE VILLAGE) 59**

**ЕВГЕНИЯ ЗДЕСЕНКО ДИСКУРСИВНЫЕ СТРАТЕГИИ  
СОЦИАЛЬНОЙ И КОММЕРЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ 73**

*ЕВГЕНИЙ КРОТКОВ*[krotkov@bsu.edu.ru](mailto:krotkov@bsu.edu.ru)

## ФИЛОСОФИЯ КАК ТЕКСТ, МЫШЛЕНИЕ И КОММУНИКАЦИЯ

### 1. Концептуальная функция философского дискурса

#### 1.1. О понятии дискурса

**Д**искурс истолковывается в статье как парадигмально регламентированная определенной социокультурной практикой речемыслительная деятельность, посредством которой реализуются её когнитивные и коммуникативные цели.

Почему необходимо понятие дискурса – при наличии более привычных понятий «язык», «текст», «речь» и «мышление»? Дело в том, что правила языка, составляющие предмет исследования лингвистики, – лишь часть правил, управляющих производством и рецепцией речевой продукции. Другая их часть обуславливает специфику интеллектуальной и коммуникативной деятельности, их форм, методов и целевых интенций. Дискурс – это, конечно же, мышление, но не в классическом его понимании как «чистая» идеальность, субъективная имманентность, а как речевая деятельность во всем многообразии ее функций (дескриптивной, аргументативной, интерпретативной, оценочной, предписывающей etc.). Речемыслительная деятельность порождает текст – упорядоченные знаковые структуры, в которых «закодировано» смысловое содержание дискурса. Дискурс имеет процессуальную природу, в то время как текст может существовать и после завершения мыслительного процесса. Существует аутентичное смысловое содержание дискурса, т.е. то, что посредством языка действительно «высказано» в нем его автором. Отказ от этого постулата денонсирует целевую интенцию дискурса: не потому ли мы так тщательно готовим тексты своих выступлений, редактируем статьи, продумываем формулировки своих просьб, приказов и обещаний, что хотим предельно точно выразить то, что намерены выразить? Дискурс интерсубъектен: при некоторых условиях смысловое содержание авторского текста доступно другим субъектам-реципиентам. Любое радикальное сомнение в справедливости этого тезиса подрывает коммуникативную, шире, социальную функцию дискурса. Если каждый понимает текст (речь, письмо) только на свой лад, «по-своему»

(Г. Гадамер), то как стали возможными образование, взаимопонимание и согласованные действия? Общим условием адекватной рецепции смыслового содержания текста является наличие у автора и реципиентов сходных языковых и речевых кодов, форм и методов мыслительной деятельности, т.е. того, что можно было бы назвать дискурсной парадигмой интеллектуальной деятельности и речевой коммуникации. Дискурс полисубъектен, т.е. отражает (отрицает, согласуется, включает, восполняет) тематически связанные с ним дискурсы других авторов.

## 1.2. Категориальные структуры философского дискурса

«Странности» философского дискурса начинаются с семантики терминов его тезауруса, таких, к примеру, как «бытие», «разум», «субстанция», «экзистенция» etc. Их смысловые содержания не принадлежат к разряду научных понятий: для языка философии не типичны общие (универсальные) высказывания. «Человек – разумное существо» – характерный для философского дискурса тезис, но он непереводим на язык с кванторами. Результат логической реконструкции этого высказывания по типу *Все S суть P* (Каждый человек разумен) явно неадекватен, ибо философ, признающий первое высказывание, не признает второе: ведь не каждый человек действительно разумен. Иногда полагают: слово «человек» в философском контексте представляет «человека как такового», «человека вообще», «сущностного человека», а не действительных (конкретных) людей. Я думаю, что философские категории напоминают идеально-типические понятия в смысле М. Вебера: посредством таких понятий происходит «конструирование связей, которые представляются нашей фантазии достаточно мотивированными и обладают большой эвристической ценностью для исследования» (Вебер 1995: 580-590). Добавлю: назначение философских категорий, точнее, их комплексов (концептов), состоит не в том, чтобы отражать (изображать) действительность, а в том, чтобы на их основе «задавать» абстрактно-теоретическое пространство размышлений о ней. Переадресовывая слова выдающегося учёного XX столетия Я. Лукасевича, посредством которых он оценивал роль логики и математики в познании (в статье «О науке»), категориальные структуры философии «можно бы прировнять к ажурной сети, которую мы забрасываем в неизмеримые глубины явлений с тем, чтобы вылавливать из нее жемчуга научного синтеза». Поэтому их оценка в качестве формообразующих элементов, «несущих конструкций» предметно-содержательного мышления может иметь лишь контекстуально-прагматический характер. Впрочем, предметно-истинностная проекция философских понятий и высказываний – дело

обычное, если не сказать, естественное. Здесь имеет место эффект «оборачивания»: когда та или иная система предметных знаний выстроена, вычленяемая из нее категориальная сетка ставится в один эпистемологический ряд с этим знанием.

Каждая значительная философия задает свою категориальную «геометрию» мышления, достраивает либо перестраивает предшествующую, вводя в неё новые концепты. Так, Платон посредством концепта «мир эйдосов» создал координатную систему размышлений о мире и человеке, в которой все изменчивое и конечное обрело константное и доступное человеческому разуму основание. И. Кант в целях защиты науки от скептицизма эмпирико-индуктивистского толка изобрел концепт «синтетическое априорное суждение», положив начало категориальному синтезу эмпиризма и рационализма. Гегель ввел концепт диалектического противоречия, позволившего представить природный, социальный и духовный мир как саморазвивающуюся сущность. В этом и состоит одна из задач философии – «формировать, изобретать, изготавливать концепты» (Ж. Делез, Ф. Гваттари), создавать «принципиально новые категориальные смыслы» (В.С. Степин), «обогащать наше интеллектуальное воображение» (Б. Рассел), выделять и сопоставлять многообразные планы (виды, уровни) бытия и познания.

Основания (причины) мутаций в системах философских категорий могут быть различными – здравый смысл, интуитивные прозрения, проблемы научного познания или общественного развития, но при этом новый концепт, а вместе с ним и новая система категорий изменяют оптику восприятия мира, способ его изображения на экране человеческой мысли (конкретность «картинки» достраивается в терминах предметного знания).

Философские концепты не возникают, подобно Афине из головы Зевса, в завершённом виде. На этапе их зарождения логические аномалии (противоречия, смысловая неопределенность) скорее норма, чем досадные исключения. Первичными их формами «выступают не столько понятия, сколько смыслообразы, метафоры и аналогия», и уже на их основе создается «более строгий понятийный аппарат» (Степин 1994: 14). С момента первых попыток дефинитивного оформления нового концепта философский дискурс переходит из креативной стадии в стадию рационализации: устанавливаются ранее невыявленные смысловые и логические связи нового концепта с другими концептами, в частности, его совместимость или несовместимость с ними, выявляются имплицитные его компоненты, эвристический потенциал возникающего на его основе нового концептуального пространства для предметного мышления.

Трансляция – следующая стадия философского процесса,

назначение которой состоит в передаче нового категориального построения сообществу философов, а также деятелям науки и образования. Здесь мы вступаем в область сложных процессов языковой коммуникации, являющихся предметом изучения разных научных дисциплин – психолингвистики, риторики, логики etc. Феномен трансляции философского знания исследован крайне мало, хотя значительность его как элемента культуры высокообразованной нации едва ли оспорима.

Я далек от мысли, что выделенные выше три этапа философского процесса абсолютно разведены по времени. Понятно, что рационализировать (эксплицитировать, включать в смысловые зависимости) можно лишь то, что уже каким-либо образом словесно оформлено. Но и процесс рационализации, в свою очередь, вносит существенные коррективы в первоначальные прозрения автора дискурса.

### **1.3. Философский дискурс и логические истины**

В силу априорности (предпосылочности) философского дискурса по отношению к любым другим дискурсам одним из важнейших условий его осмысленности является логическая корректность. Когда же мы замечаем противоречие в рассуждении философа (принятие одного положения и отклонение логического следствия этого же положения), или когда в одном и том же контексте его рассуждения языковое выражение употребляется с разным смысловым содержанием (либо ему вообще не придается такового), мы перестаем понимать суть этих рассуждений.

В высоких философских кругах разговоры об ограниченности, узости логических истин – дело обычное: подлинно философское мышление начинается с прорыва горизонта логических императивов, оно несовместимо с такими качествами как смысловая определенность и непротиворечивость. Следовательно, чем меньше философский текст ориентирован на эти качества, тем более он аутентичен, приближен к истинам бытия. М. Хайдеггер и К. Ясперс весьма энергично настаивали на том, что противоречия, круг, тавтология являются конститутивными признаками философского мышления (Jaspers 1957: 450; Хайдеггер 1998: 108-109). Постулат о существовании некоего высшего типа рациональности, на уровне которой требуется мыслить логическими противоречиями, поразительно сходен с тезисом фидеизма: где нет антиномий, там нет веры; чем ближе к богу, тем отчетливее противоречия. В России П. Флоренский призывал рационалиста поверить мистика в том, что логически противоречивые теологические положения «оказываются высшим единством в свете Незаходимого

Солнца, и тогда они-то именно и показывают, что Священное Писание и догматы выше плотской разсудительности» (Флоренский 1990: 505). Но если философский дискурс считать предприятием рациональным, то было бы разрушительным для него не заботиться о наличии внятных дефиниций новых философских терминов, или прежних, но с измененным смыслом, об отсутствии в нем противоречий, ошибок типа «не следует», «необоснованный аргумент», и т.п. Такому дискурсу нетрудно прослыть «неисчерпаемым» по богатству содержащихся в нем идей, оттенков, ходов мысли, хотя нередко в подобных случаях ларчик открывается просто: «Философии еще нет там, где нет стремления мыслить последовательно и прояснять внутренние связи идей» (Гурина 1998: 36-37).

В этой связи уместно напомнить о геометрическом методе изложения, или организации (*ordo geometricus*), философского текста в «Этике» Спинозы. Обращение Спинозы к логической парадигме геометрического дискурса, по поводу которого многие позволяли себе отзываться в ироническом тоне, не следует рассматривать только как дань интеллектуальной моде его времени, как чисто внешнюю (по отношению к содержанию) форму изложения «готового» философского знания. Дело в том, что Спиноза не только распознал глубокое эпистемологическое родство философских концептов и математических понятий, предельно дистанцированных от эмпирического содержания знаний, но и понял, что важнейшим (хотя и не единственным) критерием осмысленности и продуктивности в этих областях познания оказывается строгость и логическая последовательность мышления. Преимуществами подобного построения дискурса небезуспешно пользовались средневековые философы и теологи: геометрический порядок облегчает выявление противоречий в нем, предполагает отчетливое выделение постулативных его положений, предусматривает дефиниции вновь вводимых терминов.

Дефиниция как логическая операция состоит в придании определяемому языковому выражению (дефиниендуму) его смысла посредством другого языкового выражения (дефиниенса). В дискурсе науки эту проблему решают, как это не покажется странным, по рецепту Дж. Беркли: *esse est percipi* (быть — значит быть воспринимаемым). Иными словами, существующей признаётся только такая сущность, которая обнаруживает себя какими-либо наблюдаемыми признаками. Специфика философских терминов состоит в том, что в состав их дефиниенса часто входят слова, смысл которых может быть разъяснен только с использованием терминов, которые входят в состав дефиниендума. Рассмотрим в качестве примера такую дефиницию: «Бытие есть все то, что существует». Спрашивается, а каков смысл слова «существовать»? Ответ возможен только один: «Существовать — значит

принадлежать бытию». В логике такая дефиниция оценивается как ошибка в определении. Выход один: признать, что в словаре философского дискурса некоторые из терминов не имеют смыслового содержания, а их значение устанавливается интуитивно, по наитию.

#### 1.4. Коммуникация в философском творчестве

Концептуальная деятельность философа – это, образно говоря, постановка интеллектуального спектакля, в котором играют свои роли философские концепты (категориальные «персонажи»). При этом автор, оппонируя самому себе, периодически проблематизирует процесс и результаты собственного речемыслительного поиска, формулирует и «прорабатывает» альтернативные сценарии. Актуализируя смысловое содержание текста, мы наблюдаем за перипетиями героев этого «спектакля», в котором устанавливаются логико-смысловые отношения между ними. Естественно, за всем этим стоит «сценарист» и «режиссер» в одном лице – автор текста, и мы внимательно отслеживаем логику его рассуждений. Далее, авторский философский дискурс в значительной степени оказывается реакцией на предшествующий тематически близкий дискурс других авторов. «Ответ» может состоять в частичной идентификации с содержанием их дискурсов, либо в дистанцировании от них, денонсировании их проблемного поля. Фрагменты из такого рода предпосылочного дискурса приобретают нередко иной смысл, в их содержании может измениться акцентуация (что было несущественным, становится главным, или наоборот). Одна из целей имплантирования фрагмента чужого дискурса состоит в использовании его в качестве аргумента к авторитету. Такие коммуникативные акты характеризуются наличием пропозициональных установок («Лейбниц полагает, что истина аподиктических суждений имеет внеопытное происхождение...»), причем автор интерпретирует содержащиеся в них высказывания таким образом, чтобы их смысл можно было хотя бы частично идентифицировать со своей точкой зрения. Возможен вариант, когда интродуцированный фрагмент оформляется без его авторской маркировки. В таких случаях выявление авторства философского концепта составляет некоторую проблему, если ее понимать как задачу установления абсолютного авторства. Новый (авторский) концепт нередко рождается как результат оригинальной и плодотворной композиции концептов, изобретенных другими авторами.

Наконец, философский дискурс выстраивается автором с учетом встречной позиции, т.е. возможной реакции других авторов. Используя метафору сцены, встречный дискурс можно истолковать как один из возможных откликов театральных критиков на пьесу, которая еще

только готовится к постановке. «Режиссер» просчитывает возможные *pro et contra*, иногда инсценируя диалоги филонусов с гиласами, спорит с потенциальными оппонентами («Мне могут возразить, что...»), попутно разъясняя и уточняя свою позицию. Такой модус речи способствует обретению создаваемым текстом иммунитета от возможной критики, и, тем самым, позволяет «контролировать то, что не поддается контролю, а именно будущую рецепцию своих трудов» (Уэйт 1991: 192).

Принято считать, что для дискурса философии характерны такие формы коммуникации как спор и дискуссия, поскольку дефинитивная корректность и логическая когерентность не устраняют контроверз в отношениях между философскими учениями. Однако важно учитывать следующее обстоятельство. Дискуссия возможна между приверженцами одной и той же философской доктрины, т. е. внутри «школы», что позволяет им уточнить и сделать более понятными ее фундаментальные идеи и принципы. Споры же разгораются между адептами несовместимых философских доктрин: было бы сверхутопичным склонить философа, работающего, скажем, в гегельянской парадигме, предложить решение какой-либо проблемы (как, впрочем, и её постановку) в позитивистском категориальном пространстве мысли.

Иммунитет философской системы к контраргументам со стороны адептов иных философских построений вполне объясняет тот факт, что историко-философский процесс не привел к возникновению общеприемлемого философского учения, сравнимого, скажем, с картиной той части мира, которая доступна исследованию научными методами. Эта картина время от времени существенно изменяется, однако приходящая на смену новая научная картина мира аккумулирует (усваивает, перерабатывает) своих предшественников таким образом, что обращение к ним становится уместным лишь в историческом плане. Поэтому ее часто характеризуют как «современную». В отношении философских учений такое противопоставление едва ли уместно: каждое из них, созданных в прошлом, может нынче оказаться востребованным в меньшей степени, чем те, которые по времени индексируются как современные.

### **1.5. Литературные жанры философского дискурса**

Представляется возможным поделить их на две основные разновидности – поэтико-афористическую и понятийно-прозаическую. К первой можно отнести философские поэмы, диалоги, диатрибы, афоризмы, ко второй – философские трактаты, монографии и диссертации. Поэтико-афористическая форма философского дискурса иногда квалифицируется как неадекватная содержанию и целям собственно философского мышления. Отмечается, в частности, что

поэтическая форма выражения философского размышления (Пифагор, Парменид, Эмпедокл) хотя и способствует яркости мысли, однако она отягощена, ограничена чувственной конкретностью образов, в то время как стихия философской мысли – абстракция, спекулятивность. В этом плане поэтическая форма и философское содержание взаимоотторжимы: чем совершеннее первое, тем беднее, ограниченнее второе, и наоборот: «если поэтическая форма выражает философскую абстракцию, то, похоже, от нее остаётся лишь форма», а если «форма на самом деле поэтична, она остается образной и не подходит для выражения философской абстракции, будучи для нее косвенной и символической» (Гурина 1998: 14-15). На этих же основаниях квалифицируется как неадекватный афористический стиль философствования (Б. Паскаль, А. Шопенгауэр, Ф. Ницше, Л. Шестов): сжатый обручем лаконичности, афористический дискурс по необходимости фрагментарен, не способен воспроизводить дифференцированность и целостность философского содержания. Отсюда делается вывод: «выбор афористического стиля выражает явную склонность к непоследовательности и нежелание систематизировать, чтобы легче соблазнить читателя, избавляя его от необходимости доводить до конца некоторые ходы мысли» (Там же, 37). Когда философ ограничивается поэтико-афористической *façon de parler*, не трансформирует ее в понятийно-прозаическую, то это может означать, что он отказывается довести продукт своего творческого озарения до стадии семантической прозрачности и коммуникативной транспарентности.

Но существует и иная позиция. В философском дискурсе манера «доводить до конца» «ходы мысли» нередко порождает тексты, язык которых темен, стиль изложения тяжеловесен, а заслуживающие внимания идеи нередко «размазаны» по всему страничному пространству пухлых монографий. Далее, философ, оперирующий только теоретическими абстракциями, остается, по выражению С. Кьеркегора, «беспристрастным». Между тем, одно из предназначений философии, уже само по себе оправдывающее ее существование, заключается в поисках смысложизненной «вертикали» человека и общества, таких фундаментальных ценностей, притягательная сила которых способна сохранить на долгие годы жизненную энергию и веру в значительность и неслучайность их земного пребывания. Разумеется, абстрактно-теоретический модус дискурса (на стадии его рационализации) является конститутивным для философии, если возлагать на нее, как и прежде, «функцию свободного и универсального осмысления всех идеалов», «универсума всех норм» (Э. Гуссерль). Однако аксиологические построения философского дискурса более доступны (на стадии его трансляции непрофессионалам) в поэтико-

афористическом, литературно-художественном «формате». Так, ценностные ориентиры, разрабатываемые в объемистых и непростых для понимания трудах основоположников экзистенциализма, стали популярными во многом благодаря их выражению в литературно-художественных образах, созданных Ж.- Поль Сартром, С. де Бовуар, А. Камю. В этом же ряду стоят произведения А. Пушкина, М. Лермонтова, Ф. Тютчева, Л. Толстого и Ф. Достоевского, художественные образы которых насыщены глубоким мировоззренческим содержанием. Литература с такой социокультурной миссией вполне заслуживает высокого звания художественной философии (Е.В. Синцов). Художественный образ в подобных произведениях органично ассоциируется с мировоззренческим содержанием, побуждая читателя (зрителя) к самостоятельным размышлениям о жизни, будущем своей страны и человеческой цивилизации.

## **2. Мировоззренческая функция философского дискурса**

### **2.1. О дефиниции термина «мировоззрение»**

Рассмотрим концепт мировоззрения в его связи с научным и религиозным дискурсами. У человечества никогда не иссякнет потребность в мировоззрении – постижении предельных оснований мироздания и высокого смысла нашей скоротечной жизни в нем. Мировоззрение обычно связывают с обобщенной системой взглядов человека на «мир в целом». М. Шелер, характеризуя образовательную ценность философии, усматривал ее в том, что она охватывает «мировое целое». Н.Н. Страхов определял мир как «действительность, взятую как целое». Н.О. Лосский рассматривал мир как «органическое целое», etc. Спрашивается, каково значение выражения «мир в целом»? Известно положение Л. Витгенштейна «Мир есть все то, что имеет место». Надо полагать, что к миру как целому относятся и все те его части, структурные компоненты, свойства и отношения, о которых человечеству еще ничего неизвестно, а предикат «целое» лишь акцентуирует эту «всеохватность» мира. Но тогда правомерен такой вопрос: как можно составить «систему взглядов» на «мир в целом», располагая лишь знанием его исчезающе малой части? Зная, что какая-то звезда подобна нашему Солнцу, можно предположить, что и у нее имеются планеты. Такой вывод по аналогии имеет своей основой какие-то точно установленные факты из конечной предметной области, в то время как в отношении «всего, что существует» точно установленных фактов нет и быть не может. Более того, применение современных методов логического анализа позволило установить, что

утвердительный ответ на вопрос о неограниченной познаваемости мира влечет за собой абсурдные следствия (имеется в виду «парадокс познаваемости», открытый Фредериком Фитчем) (Шрамко 2006).

Иногда за «границами» мира или в нем самом усматривают еще некую «высшую» реальность (бог, мировая воля, абсолютная идея и др.), которая является первопричиной всего, что существует. Онтологический статус и такого рода сущностей неясен, а убеждение в их существовании формируется вне пределов научной рациональности, ее основополагающих принципов. Таких, как эмпиричность – требование включать в корпус научных знаний только те гипотезы и теории, которые доступны контролю сведениями эмпирического характера. Или принцип детерминизма, в соответствии с которым объяснения, содержащие ссылки на мистические явления или субстанциональные (предельные) причины, в науке не принимаются.

В философской литературе нередко употребляется выражение «научное мировоззрение». Но областью интересов научных исследований *de facto* является не мир в его «всеохватности», а то, что можно было бы называть горизонтным миром. Метафора горизонта позволяет иллюстрировать, с одной стороны, ограниченность познанного наукой в пределах некоторого временного интервала, а с другой – потенциальную открытость для науки далее, глубин и времен. Например, было время, когда теоретико-методологический арсенал науки позволял проникнуть «вглубь» мироздания на уровне атомов, истолковываемых как мельчайшие частицы мироздания, и описать его «вширь» в пределах Солнечной системы. Сегодня эти границы существенно раздвинулись, о чем мы узнаем из дискурса квантовой механики, астрофизики и космологии.

Словом, концепт «мировоззрение» не является научно-теоретическим конструктом. Он имеет содержание, связанное с решением не столько когнитивных, сколько экзистенциальных (смысложизненных) проблем. В. Дильтей отмечал: «Мировоззрения не возникают в результате одной лишь воли познания», в них «отдельные черты единства живой личности» проецируются, «как единство связи, в безграничность мироздания» (Дильтей 1995: 225; 254). В этом отношении весьма примечательный вопрос ставил И.И. Лапшин, видный деятель русской духовной культуры первой половины XX века: «Почему метафизика Шопенгауэра приняла форму монистического волюнтаризма? То есть, почему Шопенгауэр признал именно волю сокровенной сущностью вещей и почему всякая множественность индивидуальностей (множественность вещей и сознаний) представляется ему лишь видимым отображением единой мировой воли?». Ответ Лапшина такой: «Дисгармония в волевой деятельности, мучительный разлад между жаждой жизни и в то же время полной

неудовлетворенностью ее содержанием – вот что было источником личной трагедии Шопенгауэра; этой трагедии он придал характер мировой трагедии» (Лапшин 1903: 7).

Мировоззрения могут быть насыщены сведениями из различных областей науки, но их фундамент составляют построения, для которых характерны: а) попытка все многообразие явлений подвести под единое, нередацируемое к чему-либо другому и вечно пребывающее основание (как бы его, ни называли – Богом, Вселенским Разумом, Мировой Волей, Природой или Материей); б) ориентированность мировоззренческих построений на решение проблемы смысла жизни человека и человеческой истории. Р. Рорти неслучайно именовал мировоззрение «искупительной» истиной. Такая истина удовлетворяет человеческую потребность «увязать все на свете – все события, всех людей, все идеи – в некий единый контекст, который каким-то образом оказался бы естественным, предопределенным и единственно возможным», а также «единственно значимым для определения смысла человеческой жизни, потому что только в данном контексте человеческое существование будет явлено в истинном свете» (Рорти 2003: 31).

«Каков смысл существования, смысл жизни? Ведь это не более и не менее как основной философский вопрос» – полагал Б.П. Вышеславцев (Вышеславцев 2006: 246). Нередко проблема смысла жизни фокусируется в вопросе «Зачем я живу?». А. Камю в предельно обострённом ощущением абсурдности бытия форме ставит этот вопрос так: «А стоит ли вообще жизнь того, чтобы быть прожитой?». Л. Витгенштейн в «Логико-философском трактате» настаивал на бессмысленности такого вопроса: «Решение проблемы жизни состоит в исчезновении этой проблемы. (Не это ли причина того, что люди, которым после долгих сомнений стал ясным смысл жизни, все же не могут сказать, в чем этот смысл состоит» (6.521.)). Однако смысложизненная проблематика, вопреки строжайшим запретам антиметафизиков, никогда не утрачивала и, надо думать, не утратит своей актуальности. О том, что представляется столь важным для человека, лучше все же говорить, чем молчать – даже если не удастся говорить столь же ясно и доказательно, как это умеет делать наука.

С. Франк полагал, и совершенно справедливо, что вопрос о смысле жизни волнует и мучает в глубине души каждого человека: «жизнь уже так устроена, что совсем и навсегда отмахнуться от него не может и самый тупой, заплывший жиром или духовно спящий человек» (Франк 2014). Согласно его убеждениям, вопрос о смысле жизни категорически неразрешим вне контекста религиозного мировоззрения: «моя жизнь может быть осмыслена, только если она обладает вечностью». Однако вердикт Ф. Ницше гаранту личного бессмертия («Бог умер») поставил под сомнение важность и выполнимость такого условия, что побудило

европейскую философию к созданию многообразных проектов иммортализации «осиротевшего» без бога человека.

Надежда на обретение личного бессмертия в мире без бога недавно представлена проектом «космической иммортализации», которая, по предположению его авторов, может стать мотивационной осью планетарного смыслообразования. Для этого науке (конвергирующим НБИКС) предстоит создать технологию воспроизведения на небιологическом (электронном) носителе субъективную реальность человека, его «Я» (Дубровский 2013: 247-250), в эмоциональной сфере которого останутся только интеллектуальные эмоции (Назаретян 2013: 39). Однако возникает сомнение относительно привлекательности такой «трансгуманистической» перспективы: без утрат, поражений, страданий, неотвратимости ухода из жизни будет ли восторг любви, счастье семейной жизни, радость общения с друзьями, наслаждение искусством и красотой природы?

В светском (безрелигиозном) мировоззрении решение проблемы смысла жизни совсем необязательно должно быть нигилистическим и пессимистическим. Жизнь у людей складывается по-разному, и нет универсальных рецептов ее «обустройства». Тем не менее, любой человек может обрести высокий смысл своей жизни в том, что он дает людям (созидательном трудом, творчеством), в общении с друзьями, природой и искусством, в любви к детям и внукам, в заботе о благоденствии общества, в котором им предстоит жить. Наконец, в личном примере мужества, с которыми он переносит тяготы жизни и удары судьбы. Для многих людей такой *modus vivendi* не предполагает надежду на бессмертие, хотя и их жизнь преисполнена благородством и не лишена земных радостей: «Смерть (или память о смерти) наполняет людей возвышенными чувствами и делает жизнь ценной» (Х.Л. Борхес).

И. Кант в своей «Критике чистого разума» пришёл к выводу, что любые попытки рационально обосновать мировоззренческую (метафизическую) «истину» приводят к логическим тупикам и теоретическим несуразиям. В своём же учении о нравственности («Критика практического разума») Кант признаёт право человека на веру в существование Бога как духовной опоры личности в её усилиях следовать своему нравственному долгу, и в этом плане Кант предстает, как считал А.В. Луначарский, «настоящим отцом прагматизма». «Мы ничего не можем утверждать о боге с точки зрения познающего разума. Но так как о нем, как абсолютно непознаваемом, можно так же мало отрицать, как и утверждать, то с точки зрения <...> благочестивой надежды на потусторонний верховный миропорядок о нем можно утверждать все, что полезным покажется человеческому сердцу» (Луначарский 2013). В этой амбивалентности Кант отразил взаимодополнительность дискурсов науки и религии в европейской

культуре, её научно-рационалистического и экзистенциально-прагматического модусов.

## **2.2. Множественность мировоззрений: конфликты неизбежны?**

В социокультурном плане основными разновидностями мировоззрения являются религиозное и безрелигиозное, которые следует отделять, соответственно, от теистического прозелитизма (сокр.: теизма) и антитеистического прозелитизма (сокр.: атеизма). Религиозный человек верит, что Бог есть, а безрелигиозный человек не находит места Богу в мире, и каждый живет с этим, не претендуя на право быть более праведным, чем человек с иным мировоззрением. Теист же претендует на то, что таким правом обладает только он, а атеист убежден, соответственно, в обратном. Более того, теист полагает, что безрелигиозного человека необходимо «излечить», т.е. приобщить его к своей вере, а атеист, соответственно, стремится убедить в иллюзорности мировоззрения верующего человека. А если «обращение» не удастся, они считают своим долгом каким-либо образом указать своим «пациентам», что те якобы губят свою собственную жизнь или душу, и, кроме того, потенциально опасны для общества. И теизм, и атеизм с присущей им интенцией победить, искоренить, вытеснить не вписываются в модель консонансного всечеловеческого бытия. «Люди, считающие, что их вряд ли может заинтересовать вопрос о существовании Бога, не вправе осуждать людей, которые страстно верят в его существование, или людей, которые не менее страстно отрицают его. И ни те, ни другие не вправе осуждать тех, кому этот спор кажется бессмысленным» (Рорти 2008).

Широко известен феномен противостояния цивилизаций, связанный с конфликтом религиозных дискурсов («языческий мир – христианская цивилизация», «христианская цивилизация – исламский мир»). Давнюю историю имеет и такой мировоззренческий конфликт как «теизм – атеизм». В России противостояние тех, кто «горой стоит» за веру, и тех, кто критически относится к ней, не завершилось фактом поражения политических сил, насаждавших безверие не только идеологическим террором, но и физическим насилием. Сегодня клерикальной пропагандой с завидной методичностью внушается россиянам мысль о том, что обращение народа в религиозную веру необходимо для спасения России от нравственного нигилизма и вестернизации, а неверующий в Творца потенциально непатриотичен и бездуховен. Само понятие «духовность» безоговорочно отождествляется с религиозностью, а нравственное просвещение молодежи государство, судя по всему, готовится передать под патронаж церковным структурам.

Об этом свидетельствуют «встраивание» религиозной идеологии в школьное образование (под предлогом ознакомления детей с основами религиозной культуры), передача церковным структурам хранящихся в музеях произведений искусства и символов религиозного содержания, участвовавшие выступления церковных иерархов по каналам СМИ в роли блюстителей общественной нравственности, и т.п. Между тем, имплантация авторитарно-этатистского варианта христианского (равно как и исламского, иудейского) мировоззрения в идеологическую доктрину едва ли будет способствовать духовному росту, миру и процветанию российского общества. Уже публикуются статьи, в которых содержатся призывы к изменению на православных основах существующего государственного строя. Так, священник Д. Познанский пишет на страницах «Политического журнала»: «Необходимо приводить в соответствие с православной цивилизационной моделью всю государственную систему», поскольку де «любые попытки скрещивания христианских ценностей с секулярно-либеральными институтами западной демократии обречены на провал» (Познанский 2008) Спрашивается, а не возникнет ли, к примеру, желание у иерархов мусульманства пропагандировать в СМИ идею «приведения в соответствие» российской государственности, но только не с православной, а с исламской цивилизационной моделью? И что тогда? Уместно напомнить: принадлежность к иной вере в иные времена считалась (да и ныне нередко считается) не меньшим злом, чем просто безверие. А ведь И. Кант предупреждал нас: «<...> религиозные распри, которые столь часто потрясают мир и заливают его кровью, никогда не представляли собой ничего другого, кроме разногласий из-за церковной веры» (Кант 1980: 178).

Руководитель отдела экономики Фонда «Русская Цивилизация» С.Е. Матвейчук в статье «Идентификация национального мировоззрения российской политической элиты» (Журнал «Право и безопасность», 2004, № 2 (11)), ссылаясь на провокативный тезис *«отказавшийся от православия перестает быть русским»*, считает: *«Если политическая элита сумеет решить положительно вопрос о государствообразующей роли православного народа, то и другие народы (фракции) объединятся вокруг лидера с целью совместного обустройства общего дома»*. Я же полагаю, что в современной России деление нации на «государствообразующий» народ и «другие» народы по основанию их конфессиональной принадлежности уже само по себе и безнравственно, и противоправно (в Конституции РФ такое «расчленение» не предусмотрено). Только религиозность как фактор «морально доброго образа жизни» (И. Кант), а не в качестве аргумента в противостоянии прозелитских и политических амбиций, составляет реальную основу решения межконфессиональных конфликтов – одну из

самых опасных угроз всему мировому сообществу.

Как поведал патриарх Кирилл, «в новое время универсальным критерием истины стал человек и его права». «И началось революционное изгнание Бога из человеческой жизни, из жизни общества», — цитирует патриарха агентство «Интерфакс». По его словам, это движение сначала охватило Западную Европу, Америку, а затем и Россию. Сегодня можно говорить о «глобальной ереси человекопоклонничества, нового идолопоклонства, исторгающего Бога из человеческой жизни». По мнению патриарха, результатом этой ереси могут стать «апокалипсические последствия», и православная церковь должна с ней бороться (<http://ura.ru/news/1052243971>). У меня возникают следующие вопросы. Почему борьба за права человека оказывается у патриарха идолопоклонством? Не означают ли его слова призыва к православным людям не участвовать в этой борьбе, а тех, которые принимают в ней участие, относить к еретикам? В День Победы 9 Мая наши граждане шли к памятникам воинам, погибшим на фронтах Великой Отечественной, чтобы поклониться их подвигу и возложить цветы. А завершая праздничную демонстрацию, во многих городах прошла гражданская акция «Бессмертный полк»: люди несли фотографии своих родственников, приближавших победу над фашистской Германией. Спрашивается, и эти традиции тоже подпадают под эпитет патриарха «чело́векопоклонничество»?

По итогам заседания XVIII Всемирного русского народного собора (ноябрь 2014 г.) была принята «Декларация русской идентичности», в которой среди критериев русскости человека выделены: *«отсутствие у него иных этнических предпочтений; признание православного христианства основой национальной духовной культуры; ощущение солидарности с судьбой русского народа»* (<http://www.patriarchia.ru/db/text/508347.html>). Мне что-то неясно в отношении этнических предпочтений. Каковы основания этих «предпочтений»: антропологические, социокультурные, идеологические? И чем в этих аспектах русские предпочтительнее представителей иных этносов, являющихся полноправными гражданами Российской Федерации? В Конституции РФ сказано (ст.26): «Каждый вправе определять свою национальную принадлежность. Никто не вправе быть принуждённым к определению и указанию своей национальной принадлежности». Спрашивается, а не противоречит ли этому положению неуклюжая попытка XVIII Всемирного русского народного собора навязать нам «дефиницию», в соответствии с которой кто-то вправе называть себя русским, а кто такого права не имеет?

Что касается «признания православного христианства основой национальной духовной культуры». Признать это положение — значит оскотить русскую духовность. Потому что в своей основе она немислима

без наследия языческой культуры (без него не было бы и поэзии А.С. Пушкина), а также советской культуры (её художественной литературы и поэзии, её песен, фильмов, балета). Более того, русская духовность формировалась в контексте лучших творений западноевропейской культуры, на что обращал внимание Ф.М. Достоевский: «У нас, у русских, две Родины: наша Россия и Европа».

Относительно «ощущения солидарности с судьбой русского народа». Я изучал не судьбу русского народа (такой исторической науки нет), а историю многонациональной России. Многим в ней я горжусь. Особенно тем, что в XX веке в ней был осуществлен прорыв к новой общественно-экономической формации, в которой утверждался принцип социальной справедливости, осуждалось безудержное обогащение одних за счет труда других, а природные ресурсы страны были общенародным достоянием. Формировалась новая историческая общность людей – советский народ, величайшее свершение которого каждый год мы отмечаем в день Победы над фашистской Германией. И все это было достигнуто в невероятно короткий исторический период, когда не было гражданской войны и интервенции. А вот участников Всемирного русского народного собора волнует совсем другое: образование общности «советский народ» привело, видите ли, к «ослаблению единства русского народа».

Однако не всё в истории нашей страны заслуживает «чувства солидарности». О какой солидарности можно говорить, например, с ролью церкви в многовековом гонении и дискриминации национального язычества народов России? Равно как не может быть речи о солидарности со сталинскими репрессиями, в частности, с умерщвлением многих и многих сотен православных священников (включая и моего деда протоиерея А.П. Кроткова).

### **2.3. Мировоззренческая толерантность: возможность невозможного?**

«Мы всегда стремимся обратить людей в нашу веру, приобщить к нашему миропониманию. И считаем, что чем больше людей будет верить в то же, во что и мы, тем скорей наши представления превратятся в реальность. Ничего подобного» (Пауло Коэльо «Дневник мага»). Приемлемо любое мировоззрение, лишь бы оно исключало расовое и этнонациональное превосходство одних людей над другими, не содержало призыва к насилию, способствовало укреплению нравственного и психического здоровья личности. К примеру, христианский религиозный дискурс может оказаться психотерапевтическим средством против синдрома «осатаневшей

самости», т.е. безбрежного индивидуализма, нигилизма и своеволия, а также средством психологической компенсации несбывшихся надежд и невозполнимых утрат личности. Безрелигиозное мировоззрение склоняет человека к убеждению, что его жизнь — это единственный и данный ему как бесценный, но временный дар. Оно способно заблокировать потенциал её безграничного самоуничтожения и атрофию социальной активности.

Уместно напомнить, что толерантность не равнозначна «принятию других, каковы они есть», как об этом нередко пишется в нашей философско-культурологической публицистике. Субъекты мировоззренческой толерантности должны проявлять неуступчивость, а нередко и активное — в легитимных рамках — противодействие по отношению к идеологии расистских и ультранационалистических организаций, экстремистских религиозных сект, объединений фашиствующих молодчиков, «мировоззрения» коррупционеров всех рангов и мастей.

Любой человек волен идти по жизни с понятной ему и родственной его душевной организации «искупительной истиной», и никто не должен понуждать его к какому бы то ни было «аутентичному» мировоззрению. Атеизм полагает, что основы нравственных ценностей и принципов формировались независимо от религии. Возможно, что так оно и было. Однако среди возвышаемых религией нравственных принципов, которые принимали в ней простую и легкую для усвоения форму, есть такие (верность и незлобивость, терпимость и трудолюбие, сочувствие и независтливость), которые и без какой-либо атеистической «правки» имеют право быть включёнными в сокровищницу общечеловеческой морали. И нет никаких разумных оснований для того, чтобы упрекать христианство, иудаизм или ислам в намерении, говоря словами авторитетного христианского мыслителя современности К.С. Льюиса, «снова и снова возвращать нас к простым старым принципам, которые мы то и дело упускаем из виду» (Льюис 2013).

Следует все же отметить, что некоторые «простые старые принципы» в угоду власти предрержащим были частично искажены церковными иерархами и богословами. К примеру, православный катехизис решительно настаивает на послушании и покорности представителям власти, внушая верующим, что в пятой заповеди (о почитании старших) под «родителями» следует подразумевать не только отца и мать, но и всех тех, кто «заступает место родителей», т. е. «начальников гражданских» и «начальников духовных», в первую очередь царя, затем церковных пастырей и, наконец, вообще всех «начальствующих в разных отношениях». В атеистическом СССР многие ценности и принципы общечеловеческой морали нашли отражение в Кодексе строителя коммунизма. Но и они были деформированы

идеологией большевизма. Достаточно напомнить о ленинском тезисе выводимости нравственности из интересов классовой борьбы пролетариата.

Кто-то надеется получить «искупление» верой в единого Бога (Христа, Аллаха, Яхве); другим уютнее проживать свою жизнь в секуляризованном мире научного материализма; третьи тяготеют к многокрасочному миру языческого многобожия и т.д. Ничего предосудительного нет и в том, что на разных этапах своей жизни человек обретает духовную опору в разных мировоззренческих «истинах». Но при этом непеременимым условием непреходящей позитивной значимости жизни любого человека является следование понятным и доступным каждому принципам морали. Перед моралью все равны – верующий ты или неверующий, идеалист либо материалист, и на каждом лежит бремя ответственности за следование нормам, которые определяют меру нашей человечности. И так ли уж важно, в чем усматривать их основание – в антропологическом единстве человечества, в закономерностях эволюции социального бытия, в абсолютных теоретических интуициях, или в Слове, которое было у Бога? Всечеловечность нравственных ценностей, воспринимаемой не как эмпирический факт (в контексте все ещё предельно разобщенного человечества), а как гуманистический проект, составит уже в не столь отдаленной перспективе необходимое условие выживания земной цивилизации. Разумеется, это единство не есть априорное, раз и навсегда предзаданное условие всепланетного человеческого бытия. В какой-то мере и оно будет переосмысливаться с учетом новых реалий в жизни последующих поколений. Конструирование и сценирование ценностного универсума глобализирующегося общества – таково одно из важнейших предназначений современной философии.

### Список литературы:

- Бердяев Н.А.* О русской философии. Челябинск, 1991.
- Вебер М.* Объективность познания в области социальных наук и социальной политики // *Культурология. XX в.* М., 1995.
- Вышеславцев Б.П.* Кризис индустриальной культуры. М., 2006.
- Гурина М.* Философия. М., 1998.
- Дильтей В.* Типы мировоззрения и обнаружение их в метафизических системах / *Культурология. XX век. Антология.* М., 1995.
- Дубровский Д.И.* Природа человека, антропологический кризис и кибернетическое бессмертие / *Глобальное будущее 2045. Конвергентные технологии (НБИКС) и трансгуманистическая эволюция.* М., 2013.
- Кант И.* Трактаты и письма. М., 1980.
- Лапшин И. И.* Шопенгауэр / *Энциклопедический словарь.* Издание Ф.А.Брокгауза и И.А.Ефрона. СПб., 1903. Т. XXXIXА.
- Луначарский А.В.* Идеализм. <http://lunacharsky.newgod.su/lib/ot-spinozy-do-marksa/idealizm> (дата обращения 18.04. 2013).

- Льюис К.С.* Просто христианство. [http://www.ru/hrs\\_lewis\\_1.htm](http://www.ru/hrs_lewis_1.htm) (дата обращения 18.04. 2013).
- Назаретян А.П.* Мировоззренческая перспектива планетарной цивилизации / Глобальное будущее 2045. Конвергентные технологии (НБИКС) и трансгуманистическая эволюция. М., 2013.
- Познанский Д.* Цивилизационная несовместимость // Политический журнал. 2008. №4 (181). 11 марта.
- Рорти Р.* От религии через философию к литературе: путь западных интеллектуалов // Вопросы философии. 2003. №3.
- Рорти Р.* Антиклерикализм и атеизм. // Логос. 2008. №4.
- Степин В.С.* Философия и образы будущего // Вопросы философии. 1994. № 6.
- Уэйт Дж.* Политическая онтология / Философия Мартина Хайдеггера и современность. М., 1991.
- Флоренский П.А.* Столп и утверждение истины. Т.2. М., 1990.
- Франк С.* Смысл жизни. [http://lib.ru/HRISTIAN/FRANK\\_S\\_L/smysl.txt](http://lib.ru/HRISTIAN/FRANK_S_L/smysl.txt) (дата обращения 18.04. 2013).
- Jaspers K.* Die großen Philosophen. Bd.1 München, 1957.
- Хайдеггер М.* Введение в метафизику. М., 1998.
- Шрамко Я.В.* Парадокс познаваемости мира / Логика: Перспективы развития: Сборник научных статей. Киев, 2006.

---

*Евгений Алексеевич Кротков* – доктор философских наук, профессор кафедры философии и теологии Белгородского государственного национального исследовательского университета (г. Белгород).

ВАЛЕРИЙ МЕРИНОВ  
ДАНИИЛ СВЕТОВОЙ

[merinov@bsu.edu.ru](mailto:merinov@bsu.edu.ru)

### КОНЦЕПТ «ФАШИЗМ» В СОВЕТСКОЙ ГУМАНИТАРНОЙ МЫСЛИ (на примере публицистики И.Г. Эренбурга)

Цель нашей статьи - выявить особенности понимания фашизма как нравственного и политического феномена в советской гуманитарной мысли. Сущность фашизма, его разоблачение является едва ли не центральной темой журналистских сочинений 1930-1940-х годов одного из самых ярких и авторитетных публицистов советской эпохи И.Г. Эренбурга. В нашей предыдущей работе были определены типологические составляющие центральных фигур мира фашизма - фашистских вождей в публицистике Эренбурга (См.: Меринов, Световой, 2015). Особенностью не столько авторской, сколько эпохальной, то есть присущей всей советской публицистике первой половины XX века, были: персонификация власти, отсюда большое внимание личным качествам вождей фашизма, а также сильнейшая художественно-образная оставляющая советских публицистических текстов. Среди личностных черт фашистских вождей выделялись: физические недостатки; психическая и нравственная патология (лживость аморальное поведение в быту и семейной сфере, жестокость, трусость); болезненное отрицание современной культуры (воля к Средневековью); вожди наделялись инфернальными и зооморфными чертами; они изображались как жалкие неудачники, которых гложет банальное мелкое тщеславие.

При этом, как мы знаем, важной частью публицистики является её информационно-аналитическая сторона, ответственная за выявление связей и закономерностей. (См.: Тertyчный, 2000). На наш взгляд, эта составляющая публицистики, в какой-то степени, противостоит художественно-эмоциональному, заостренному на персоналистское восприятие мира, пафосу. Итогом этого «разложения» по составляющим является обобщение, которое, в рамках общественно-гуманитарной проблематики, служит предупреждением для общества, обладает диагностическими и моделирующими функциями.

Анализ И.Г. Эренбургом феномена фашизма не ограничивался

только разоблачением нравственной ущербности его вождей. Важными и актуальными сегодня представляются нам попытки автора выстроить историю становления фашизма и характер воспроизводства фашистской идеологии внутри Германии. И. Эренбург деконструировал нацистский идеологический комплекс, выявив его историко- и расово-мифологическую основу. Мы выделили несколько базовых идеологических конструктов, на которых, как предполагал И.Г. Эренбург, выстраивалась концепция немецкого фашизма.

### 1. Миф о великом прошлом

Современная Германия осмысливается И.Г. Эренбургом как наследница германского (швабского и прусского) милитаризма, наследница агрессивной имперской политики Гогенцоллернов: «Фашистская Германия, называющая себя «Третьим рейхом», немало заимствовала у Рейха Гогенцоллернов» (Эренбург, 2004р). Известно, и это подмечает И. Эренбург, что именно Гогенцоллерны внесли решающий вклад в создание Великой Германии. Среди них несколько фигур стали знаковыми для гитлеровского режима. В нацистском мифопоэтическом космосе они выступали в качестве предтеч национал-социализма, негибких, энергичных и решительных лидеров, воинствующих завоевателей, более всего заботившихся о сильной победоносной армии, этого инструмента объединения разорванного народа в Великую Германию. Важнейшей фигурой национал-социалистической мифологии стал Фридрих II (Великий), основоположник прусско-германской государственности. Образ подтянутого, железного короля-стойка, противостоящего деградирующему, морально разлагающемуся обществу Европы, был не раз воспроизведен в нацистском кинематографе («Старый король, молодой король» 1933, «Фредерикус» (1937) и «Великий король» (1942)).

Другой исторический персонаж, кайзер Вильгельм II, последний германский император, создавший идеальную военную машину начала XX века и развязавший Первую мировую войну, также стал одним из героев антифашистской публицистики И. Эренбурга: «Идея завоевания Европы мерещилась в свое время и кайзеру Вильгельму. План молниеносной войны задолго до Гитлера разработали генералы Вильгельма. Война 1914–1918 годов была первой попыткой Германии достичь мирового господства» (Эренбург, 2004р).

Эренбург замечает настойчивую обращенность нацистской идеологии в своё национальное прошлое: «Мы знали, что гитлеровцы ненавидят будущее. Они хотят остановить ход истории» (Эренбург, 2004е). Миф о национальном прошлом становится основой

гитлеровской государственной идеологии. Прошлое Германии предстает здесь в своей величественной ипостаси. Это время исполинов, патриотов-государственников, время грандиозных побед и колоссальных свершений немецкого народа и его вождей. Прошлое – время великого единства народа и вождя. Оно - предмет гордости всех немцев, их уверенности в превосходстве над остальными неполноценными и морально разложившимися народами Европы.

В прошлом, согласно нацистскому историческому мифу, германцы были у истоков всей европейской культуры, у истоков создания большинства государств: «Другие писаки, с дипломами докторской степени, утверждают, что немцы владели всем миром и что все страны, по существу, заселены немцами... Вот несколько открытий этих господ. Марсель и Лион были древними германскими колониями. Испания — страна германской расы. Шекспир был немцем. Коперник был немцем. Кирилл и Мефодий выросли на немецкой культуре. Киевское княжество находилось в германской орбите. Индия по крови связана с Германией» (Эренбург, 2004к). Прошлое легитимизирует агрессивную сущность фашистского настоящего, очерчивает зону т.н. «национальных интересов» (К. Хаусхофер) или, точнее, контуры будущей территориальной экспансии Германии.

## **2. Миф о культурно-расовой самобытности и особой духовности немцев**

Другая сторона нацистской идеологии - расово-мифологическая. Германцы - нация, создавшая особый, используя терминологию Н.Я. Данилевского, культурно-цивилизационный (расовый) тип. Германия, идет собственным культурным путем. Ей присуща особая, неизменная, идущая от предков, духовность: «Одновременно он (Розенберг – М.В., С.Д.) писал книжки с громкими названиями: «Борьба духовных ценностей» или «Грядущая империя» (Эренбург, 2004г). Германская нация - самая самобытная, она не похожа на другие нации и превосходит (культурно, морально, физически, технически) все другие народы. Ею движет особый нордический (арийский) национальный дух, не свойственный вообще или утерянный другими, расово близкими народами: «Профессор Ленард в предисловии к учебнику «Немецкой физики» пишет: «Это чисто арийская физика, наука создается расой и определяется чистотой крови». Профессор Эрвин Гек в «Вестнике национал-социалистского воспитания» говорит: «Математика — это проявление северного арийского духа, его воли к господству над миром» (Эренбург, 2004с).

«Духовность» фашиста глубоко консервативна, она несопоставима с идеологией европейского Просвещения и демократической

революции: «Руссо и Вольтер зажгли в сердце Франции любовь к свободе. Их книги были фундаментом величественного здания, именуемого французской революцией. После Руссо стала постыдной несправедливость. После Вольтера стало позорным изуверство. Теперь, когда Францию захватили люди, для которых справедливость — пустой звук, для которых просвещение — враг, нет места в Париже для Руссо и Вольтера» (Эренбург, 2004е). На фоне воспевания мифологического прошлого разворачивается борьба с живым настоящим, борьба с новым, с творчеством, с любой критикой: «Они беспощадно истребляют дерзкую мысль. Они травят изобретателей и поэтов. Они ненавидят и настоящее» (Эренбург, 2004е).

### 3. Миф о разорванном и угнетенном немецком народе

Мифы о великом прошлом и культурной (расовой) самобытности становятся опорой фашистской морали, морали превосходства и ненависти ко всем странам, особенно к странам-соседям, якобы, присвоившим себе славу германских предков и угнетающим коренной немецкий народ. Так, в зону особого интереса нацистов попадают страны со «страждущим» германским населением. И.Г. Эренбург разоблачает этот тезис как очередной нацистский миф. Советский писатель-публицист отмечает особую роль в его создании германской журналистики: «Ложь изготавливается для внутреннего употребления и на экспорт, военная и гражданская... Немецкие журналисты — это чиновники министерства пропаганды. Даже в мирное время они носили форму и подчинялись военной дисциплине. Каждый день Геббельс придумывает, о чем врать. Это сообщается в циркулярной форме всем газетам с пометкой «совершенно секретно» (Эренбург, 2004к). В этом министерстве, пишет И.Г. Эренбург «... существуют разные отделы. В одном описывают зверства, в другом подбирают данные этнографического порядка, в третьем изготавливают лубки о непомерной храбрости немцев. Все это ежедневно выдается населению Германии в неограниченных дозах» (Эренбург, 2004к). Так, перед захватом Чехословакии «... Геббельс приказал своим журналистам приналечь на «чешские зверства». Работало восемьдесят шесть журналистов. Вдруг оказалось, что мирные, добродушные чехи насиловали немок и пытали немцев. ... Потом понадобились «польские зверства». Наконец оберпогромщики заявили, что погромы устраивают... евреи. Черным по белому они напечатали: «Погромы, устроенные евреями в Бромберге, Львове и Белостоке» (Эренбург, 2004к).

Еврейская тема - важнейшая в мифологии страдания немецкого народа. Она связана с теорией мирового еврейского заговора против последнего бастиона духовности - Германии, и, в целом, с

иррациональным мышлением, культивируемым при фашизме: «В мусорной яме истории гитлеровцы подобрали антисемитизм. Они воскресили забытые предрассудки, осмеянные суеверия... последователи глупой и жестокой ереси, именуемой «антисемитизмом». Судьба евреев неразрывно связана с судьбой свободы и судьбой прогресса. Антисемитизм водится только в темноте» (Эренбург, 2004н).

#### **4. Миф о новом человеке. Воспитание фашиста**

Историко-культурная и современная националистическая мифология, по мнению И. Эренбурга, оказались напрямую связаны с формированием взглядов нацистской молодежи, планами создания нового человека. Как подметил, советский публицист, особое внимание в фашистском воспитании уделено мальчикам. С раннего возраста немецким мальчикам внушается единственный гендерный образ, одобренный фашистскими вождями, образ сильного, властного и недалекого мужчины. В немецкой школе проповедуется воинственно-агрессивная маскулиность: «Он (А. Розенберг – М.В., С.Д.) говорил: «Женщины любят только жестоких». Он (будучи учителем в школе – М.В., С.Д.) выдвигал вперед самых тупых и самых бессовестных» (Эренбург, 2004т). Отсюда упор на спортивное воспитание в школе: «... в школе царит «гитлеровское время». В анкетах при назначении учителей имеются четыре пункта: «1. Наследственные предрасположения и общая расовая картина. 2. Политические убеждения. 3. Физические возможности. 4. Познания. Знает ли учитель математики математику или нет — это последнее дело. Важнее «общая расовая картина» и «физические возможности» (Эренбург, 2004с).

Важный элемент в создании нового человека - трудовое и военно-патриотическое воспитание в школе. Задача - подготовить будущих солдат к войне со всем миром: «Они работают, маршируют и привыкают не думать... Детям с ранних лет говорят: «Война — самое веселое дело», «Вырастешь — убьешь сто врагов», «Фюрер любит тебя и войну» (Эренбург, 2004с). Новый человек должен любить своего вождя и беспрекословно ему подчиняться: «Он (А. Розенберг – М.В., С.Д.) пояснял: «Необходимо, чтобы один приказывал, и чтобы все ему повиновались» (Эренбург, 2004т).

В новом человеке возвращается специфическое понимание патриотизма. Оно основано на равнодушии к человеческой цивилизации, её достижениями, успехами и трагедиями, на искоренении чувства всечеловеческого единства и солидарности с другими народами, чувства сопереживания к «другому». Этот «другой» маркируется как «чужой», непохожий на немца, наделенного высшим духовными качествами, наследника великого национального прошлого.

Так, еще в школе культивируется неприятие, агрессивно-враждебное отношение к миру: «Маленькие дети поют песенку. Вот ее дословный перевод: Если весь мир будет лежать в развалинах. К черту, нам на это наплевать! Мы все равно будем маршировать дальше...» (Эренбург, 2004с). Эренбург не только фиксирует эту особенность фашистского воспитания, его направленность на самоизоляцию человека от всего мира, но и предлагает свое понимание патриотизма: «Нельзя назвать патриотизмом мироощущение немца гитлеровской формации. ... патриотизм расширяет сознание. Подлинный патриот любит весь мир. Нельзя, открыв величие родной земли, возненавидеть вселенную. Безлюбые люди — плохие патриоты. А лжепатриотизм фашистов покоится на презрении к другим народам, он суживает мир до пределов одного языка, одного типа людей, одной масти» (Эренбург, 2004м). По мнению И.Г. Эренбурга, полезно народу, увязшему в предрассудке о собственном величии, напомнить «... что техника Америки выше, что города Голландии опрятней, что жилища шведов комфортабельней» (Эренбург, 2004о), что «истинный патриотизм скромн и не имеет ничего общего с национализмом: патриотизм — это братство...» (Эренбург, 2004о), что «демократия — дочь народа, а не сиятельная дама, которой можно любоваться только издали, да и то по протекции», что «... на дворе век народов...» (Эренбург, 2004о), а не «ополоумевших» от собственного всеисилия тиранов.

## **5. Фашизм как капитализм**

При этом Эренбург затрагивал и политэкономическую сферу. Фашизм, по мнению советского публициста, детище капиталистического (западного) общества. Само понятие - «капитализм» связано с классово-экономической, по своей идеологической сути, антикапиталистической, моделью описания буржуазного общества. Она была предложена Карлом Марксом в середине XIX века и воспроизводилась на уровне официальной идеологии в СССР во все годы его существования. Эта модель, достаточно адекватно отражавшая негативные реалии XIX века, не учитывала важные черты буржуазно-демократического общества, и, прежде всего, потенциал развития данного типа цивилизации, связанный со становлением политических институций, открытости общества и общих демократических тенденций.

По мнению Эренбурга, капитализм и фашизм соприродны, вырастают один из другого. Фашизм — видовая характеристика капитализма. И здесь, как и должно быть в хищном и бесчеловечном мире «наживы и чистогана», описанном еще до революции партийными мыслителями (Лениным и др.) и классиком советской публицистики М.

Горьким, в его очерках «В Америке» (1906), царит дух эгоизма, индивидуализма, жажды богатства и преклонения перед его величеством – капиталом («желтым Дьяволом»). Отсюда, к примеру, элементы заискивания политического вождя с сильными мира капитализма, его тайными (настоящими) главарями: «Когда он (Гитлер – М.В., С.Д.) беседует с Крупном или с заправилой «Стального треста» господином Фогелем, не кричит и не плюется — он привык почтительно разговаривать с королями Рура» (Эренбург, 2004а).

Этот мир предстает как вывернутый наизнанку «социализм», как псевдосоциализм. Национальное богатство не распределяется равно, как в истинном социализме сталинского образца, а достается всё тем же жуликам-вождям, помещикам и финансово-промышленным воротилам мира фашизма-капитализма: «Ты работаешь и ты умираешь ради магнатов Рура, ради прусских помещиков, ради банды хапунов. Тебя уверяют, что это — «социализм». ... Спроси господ Феглера и Круппа, сколько они заработали на войне. Химический трест «16» с начала войны увеличил выпуск акций на сорок три миллиона. Трест «АЕГ» увеличил свой капитал на сорок миллионов... у Геринга в бразильском банке миллион двести пятьдесят тысяч долларов... Геринг тратит на своих охотничьих собак сотни тысяч марок... каждый день магнаты Круппа переводят в Бразилию и Аргентину награбленные миллионы. Роскошно живут Круппы и Феглеры» (Эренбург, 2004б).

В самом мире капитализма-фашизма правят аморальные законы классовой сегрегации, нещадной эксплуатации человека человеком. Там каждый день «... умирают от голода дети. Картофельная кожура стала основой питания. Работницам снятся булки. Они не смеют и во сне мечтать о масле... Два миллиона убитых или покалеченных немцев — с каждого убитого, с каждого покалеченного акционеры «IG» или «АЕГ» получили по двадцать марок чистоганом... Спроси Геринга, сколько он заработал на народном горе... Его кобели едят лучше, чем немецкие рабочие. Ты называешь это «социализмом»?» (Эренбург, 2004а).

Логика развития капитализма требует новых рынков. Отсюда, по мнению Эренбурга, вполне естественно вытекает немецкая имперская политика, политика захвата чужого добра под прикрытием заботы о страдающих за рубежом соотечественниках: «Ты думаешь, что ты воевал во Франции, чтобы освободить эльзасцев? Нет, ты воевал потому, что концерну Рехлинга нужны были заводы и копи Франции. Ты думаешь, что ты захватил Чехословакию, чтобы спасти судетов? Нет, «Германскому» и «Дрезденскому» банкам захотелось присвоить банки Чехословакии... Немецкие капиталисты хотят овладеть нефтью Баку, пшеницей Украины, нашим марганцем, нашей сталью, нашим лесом. ... Им нужна бакинская нефть. Твоим офицерам хочется получить по сто га нашего чернозема или должность гаулейтера в России: они воюют,

чтобы грабить» (Эренбург, 2004б).

Фашизм-капитализм возвращает общество ко временам средневекового феодализма и даже древнего рабства: «У немецких помещиков огромные поместья. На них работают тысячи батраков. Фельдмаршал фон Браухич называет себя скромно «хуторянином». У этого хуторянина три тысячи га пахотной земли. Его батраки едят пустую похлебку и спят в нетопленных бараках. Таков «социализм» Гитлера» (Эренбург, 2004б). «Рабы должны работать на немцев, повиноваться им во всем. Немецкие помещики не подчинены общим законам. Они могут накладывать на рабов «легкие наказания» без суда. Рабы не имеют права выходить на улицу позже восьми часов вечера. Заходить в магазины они могут только до полудня. Утром, приезжая в город, они не имеют права пользоваться трамваем» (Эренбург, 2004и).

Несмотря на общий классовый подход в оценке фашизма, И.Г. Эренбург дополняет его идеей общенациональной вины. Однако, и она наиболее полно раскрывается через ту же классовую идею. Фашизм становится национальным явлением в результате измены международной классовой солидарности, обуржуазивания пролетариата и всего общества: «В Познани поселили сорок пять тысяч немецких колонистов; они получили землю, инвентарь, дома, мебель выселенных поляков» (Эренбург, 2004и); «Поддавшись на ложь («Глупец, ты повторяешь чужую ложь» (Эренбург, 2004б). Простой немец становится пособником фашистского разбоя: «Да и ты к нам пришел с мешком для добычи. Стыдно читать письма немецких женщин. Все они просят своих мужей прислать им меховые манто, чулки или украинское сало. Они стали соучастницами гигантского грабежа» (Эренбург, 2004б).

Обуржуазивание ведет прямым путем к одичанию, варваризации и, в конечном счете, к дегуманизации капиталистической личности. Её отличительными чертами становятся:

1) Мещанско-криминальная конфигурация личности: «Они живут на ходулях, оставаясь колбасниками или тюремщиками. С припадочным пафосом они говорят о выигранных пфеннигах или о выпоротом сынишке.... .. Германия ... стала огромной воровской организацией. ... немцы .. стали многомиллионной бандой...» (Эренбург, 2004в); «Рабы наняли других рабов, и рабы говорят рабам: «Умирайте за Гитлера. Мы дадим вам краденый хлеб. Мы дадим вам чужие города. Мы дадим вам сто марок, тысячу франков, десять тысяч лей» (Эренбург, 2004л).

2) Дикость, примитивность и массовидность (вариант – отсутствие) сознания и действий этой личности: «Дикарь, который пишет с ошибками» (Эренбург, 2004д) «... предводитель дикой орды заявил: «Есть еще одна неразграбленная страна ...И орда двинулась» (Эренбург, 2004г); «Немцы превратили комнаты, где они жили и спали, в нужник...

Один вытирал ноги, а потом тем же полотенцем лицо; другой оправлялся в избе при женщинах; третий бил вшей на столе, где его сотоварищи обедали; четвертый в помойном ведре кипятил кофе; пятый держал сахарный песок в грязном носке... Ряд условностей, заученных правил, механических жестов отделяет берлинца 1942 года от дикаря. Культура современной Германии — это тонкая пленка над хаосом первобытного варварства... Попав в условия русской зимы, немец перестал мыться; он не хочет мыться на морозе. Он предпочитает зуд дрожи и вшей — морозу. ... К нам пришли первобытные существа с автоматическим оружием» (Эренбург, 2004в); «Немец туп. ... Он не удержался за гриву, он не удержится и за хвост. Немец туп. Он не хочет понять, что его дело гиблое» (Эренбург, 2004ж); «... офицеры. У них породистые физиономии дегенератов... Молодые солдаты выдрессированы фашистами: их с раннего возраста отучали думать. Они повторяют фразы лейтенантов и фельдфебелей. ... иногда в их головы проскальзывают первые смутные мысли. Тогда они морщат лоб, как трехлетний ребенок» (Эренбург, 2004г).

3) Все эти качества сближают немецкого фашиста с животным (варианты: кровососущее насекомое, растение-паразит) и автоматом. Так «псевдоцивилизованный человек в две недели становится животным...» (Эренбург, 2004в); «... коровой прусской или герфордской...» (Эренбург, 2004с); «В школах Киева стоят жеребцы-ефрейторы» (Эренбург, 2004з); «... миллион баранов» (Эренбург, 2004д); «... они накидываются на еду, — это голодные крысы» (Эренбург, 2004п); «Это — вошь! Коричневая вошь» (Эренбург, 2004и); «Это страшные паразиты» (Эренбург, 2004з); «Фашизм — это василиск. Он несет смерть. .. они сдохнут, как василиск» (Эренбург, 2004б); «Это — автоматы с невестами и с пулеметами» (Эренбург, 2004д).

Подведем краткий итог. В своих публицистических работах И.Г. Эренбург создает целостное представление об идеологии и практике немецкого фашизма. В концепт «фашизм» входит целый комплекс исторических и современных мифов, внедряемых в общество пропагандой в СМИ. Националистическое, ксенофобское, милитаристское школьное воспитание также является важной составляющей воспроизводства фашизма. Цель этой пропагандистской машины - создание нового человека - фашизоида: «настоящего мужчины», патриота-изоляциониста, наследника времени национального величия, верного духовным истокам, неподверженного моральному разложению, идущему от современного мира. Его представления о мире крайне ограничены. В этой картине мира германский народ — жертва агрессивной политики мирового сионизма и цивилизации европейского Просвещения (куда, кстати, автор относил и СССР). Поэтому фашизоид ненавидит демократические революции и

свободу человека. Он готов к войне не только со странами-соседями, якобы угнетающими немцев, но и со всем миром.

Нельзя не сказать, что концепция фашизма, в рамках советского политического дискурса, была обречена на противоречия. В публицистическом творчестве И.Г. Эренбурга при осмыслении феномена фашизма используются разные подходы: психологический, морально-нравственный, интеллектуальный, культурный. Однако базовым оказался классово-идеологический марксистский подход. Отсюда и противоречия. С одной стороны, Эренбург - один из немногих «выездных» советских писателей, человек европейского уровня культуры, любил и ценил Европу. С другой, подчиняясь догматам классовой теории, в основание теории фашизма заложил его связь с капитализмом. Капитализм выступает в работах Эренбурга как родовое понятие, обуславливающее всю остальную эволюцию, или, точнее, деградацию (фашизацию) личности и общества. Само понятие «капитализм» оказалось настолько размыто, что позволило автору трактовать практически все стадии и отдельные формы развития европейской цивилизации – рабство, феодализм и, собственно, фашизм, как исторические типы капитализма.

Более того, лик фашизма, несмотря на ряд точно отмеченных особенностей, был выписан таким образом, чтобы, читателю почти невозможно было распознать родовые, объединяющие черты тоталитарных систем СССР и Германии: вождизм, однопартийность, монополия государства в СМИ, отсутствие гарантий базовых гражданских прав и свобод (слова, собраний, выборов и т.д.). Абсолютно не затрагивалась тема генетической политической преемственности национал-социализма и социалистических учений. Другими словами, так или иначе, текст дезориентировал, буквально заставляя читателя, с одной стороны, повторять базовые фашистские (национал-социалистические) тезисы о «разложении» («закате») и скорой гибели Европы, о лживости западной демократии, с другой, сравнивать более не политические системы, а персоналии. А в этом отношении советские вожди, увиденные, к тому же глазами советской пропаганды, выглядели куда более предпочтительнее немецких, как спокойные (даже тихие), рассудительные, здравомыслящие и скромные, на фоне «бесноватых», импульсивных, глуповатых, хитрых, жадных, кичливых и крикливых фашистов. Думается, тексты учили читателя не столько думать и распознавать фундаментальные проявления фашизма, сколько чувствовать собственное превосходство.

**Список литературы:**

- Меринов В.Ю., Световой Д.В. Фашистские вожди в публицистике Ильи Эренбурга // Научные ведомости БелГУ. Серия Гуманитарные науки. № 12 (209). Выпуск 26, 2015. с. 93-101.
- Тертычный А.А. Жанры периодической печати: Учебное пособие. — М.: Аспект Пресс, 2000. — 312 с.
- Эренбург И.Г. Бешенные волки (Электронный ресурс) // Война. 1941–1945. / Изд. подг. Б. Я. Фрезинским.— М.: КРПА Олимп; Астрель; АСТ, 2004а. — 796 с. Режим доступа: [http://militera.lib.ru/prose/russian/erenburg\\_ig3/index.html](http://militera.lib.ru/prose/russian/erenburg_ig3/index.html), свободный.
- Эренбург И.Г. Василиск (Электронный ресурс) // Война. 1941–1945. / Изд. подг. Б. Я. Фрезинским.— М.: КРПА Олимп; Астрель; АСТ, 2004б. — 796 с. Режим доступа: [http://militera.lib.ru/prose/russian/erenburg\\_ig3/index.html](http://militera.lib.ru/prose/russian/erenburg_ig3/index.html)
- Эренбург И.Г. Великое одичание (Электронный ресурс) // Война. 1941–1945. / Изд. подг. Б. Я. Фрезинским.— М.: КРПА Олимп; Астрель; АСТ, 2004в. — 796 с. Режим доступа: [http://militera.lib.ru/prose/russian/erenburg\\_ig3/index.html](http://militera.lib.ru/prose/russian/erenburg_ig3/index.html)
- Эренбург И.Г. Гитлеровская орда (Электронный ресурс) // Война. 1941–1945. / Изд. подг. Б. Я. Фрезинским.— М.: КРПА Олимп; Астрель; АСТ, 2004г. — 796 с. Режим доступа: [http://militera.lib.ru/prose/russian/erenburg\\_ig3/index.html](http://militera.lib.ru/prose/russian/erenburg_ig3/index.html)
- Эренбург И.Г. Дневник немецкого унтер-офицера (Электронный ресурс) // Война. 1941–1945. / Изд. подг. Б. Я. Фрезинским.— М.: КРПА Олимп; Астрель; АСТ, 2004д. — 796 с. Режим доступа: [http://militera.lib.ru/prose/russian/erenburg\\_ig3/index.html](http://militera.lib.ru/prose/russian/erenburg_ig3/index.html)
- Эренбург И.Г. Живые тени (Электронный ресурс) // Война. 1941–1945. / Изд. подг. Б. Я. Фрезинским.— М.: КРПА Олимп; Астрель; АСТ, 2004е. — 796 с. Режим доступа: [http://militera.lib.ru/prose/russian/erenburg\\_ig3/index.html](http://militera.lib.ru/prose/russian/erenburg_ig3/index.html)
- Эренбург И.Г. За Родину, за Жизнь! (Электронный ресурс) // Война. 1941–1945. / Изд. подг. Б. Я. Фрезинским.— М.: КРПА Олимп; Астрель; АСТ, 2004ж. — 796 с. Режим доступа: [http://militera.lib.ru/prose/russian/erenburg\\_ig3/index.html](http://militera.lib.ru/prose/russian/erenburg_ig3/index.html),
- Эренбург И.Г. Киев (Электронный ресурс) // Война. 1941–1945. / Изд. подг. Б. Я. Фрезинским.— М.: КРПА Олимп; Астрель; АСТ, 2004з. — 796 с. Режим доступа: [http://militera.lib.ru/prose/russian/erenburg\\_ig3/index.html](http://militera.lib.ru/prose/russian/erenburg_ig3/index.html)
- Эренбург И.Г. Коричневая вошь (Электронный ресурс) // Война. 1941–1945. / Изд. подг. Б. Я. Фрезинским.— М.: КРПА Олимп; Астрель; АСТ, 2004и. — 796 с. Режим доступа: [http://militera.lib.ru/prose/russian/erenburg\\_ig3/index.html](http://militera.lib.ru/prose/russian/erenburg_ig3/index.html)
- Эренбург И.Г. Ложь (Электронный ресурс) // Война. 1941–1945. / Изд. подг. Б. Я. Фрезинским.— М.: КРПА Олимп; Астрель; АСТ, 2004к. — 796 с. Режим доступа: [http://militera.lib.ru/prose/russian/erenburg\\_ig3/index.html](http://militera.lib.ru/prose/russian/erenburg_ig3/index.html)
- Эренбург И.Г. Лоскутная армия (Электронный ресурс) // Война. 1941–1945. / Изд. подг. Б. Я. Фрезинским.— М.: КРПА Олимп; Астрель; АСТ, 2004л. — 796 с. Режим доступа: [http://militera.lib.ru/prose/russian/erenburg\\_ig3/index.html](http://militera.lib.ru/prose/russian/erenburg_ig3/index.html)
- Эренбург И.Г. О патриотизме (Электронный ресурс) // Война. 1941–1945. / Изд. подг. Б. Я. Фрезинским.— М.: КРПА Олимп; Астрель; АСТ, 2004м. — 796 с. Режим доступа:

- [http://militera.lib.ru/prose/russian/erenburg\\_ig3/index.html](http://militera.lib.ru/prose/russian/erenburg_ig3/index.html)  
*Эренбург И.Г.* Они отомстят за всё (Электронный ресурс) // Война. 1941–1945. / Изд. подг. Б. Я. Фрезинским.— М.: КРПА Олимп; Астрель; АСТ, 2004н. — 796 с. Режим доступа: [http://militera.lib.ru/prose/russian/erenburg\\_ig3/index.html](http://militera.lib.ru/prose/russian/erenburg_ig3/index.html)
- Эренбург И.Г.* Помнить! (Электронный ресурс) // Война. 1941–1945. / Изд. подг. Б. Я. Фрезинским.— М.: КРПА Олимп; Астрель; АСТ, 2004о. — 796 с. Режим доступа: [http://militera.lib.ru/prose/russian/erenburg\\_ig3/index.html](http://militera.lib.ru/prose/russian/erenburg_ig3/index.html)
- Эренбург И.Г.* Советским детям (Электронный ресурс) // Война. 1941–1945. / Изд. подг. Б. Я. Фрезинским.— М.: КРПА Олимп; Астрель; АСТ, 2004п. — 796 с. Режим доступа: [http://militera.lib.ru/prose/russian/erenburg\\_ig3/index.html](http://militera.lib.ru/prose/russian/erenburg_ig3/index.html)
- Эренбург И.Г.* Спесивые хвастуны из гитлеровской банды (Электронный ресурс) // Война. 1941–1945. / Изд. подг. Б. Я. Фрезинским.— М.: КРПА Олимп; Астрель; АСТ, 2004р. — 796 с. Режим доступа: [http://militera.lib.ru/prose/russian/erenburg\\_ig3/index.html](http://militera.lib.ru/prose/russian/erenburg_ig3/index.html)
- Эренбург И.Г.* Фабрика убийц (Электронный ресурс) // Война. 1941–1945. / Изд. подг. Б. Я. Фрезинским.— М.: КРПА Олимп; Астрель; АСТ, 2004с. — 796 с. Режим доступа: [http://militera.lib.ru/prose/russian/erenburg\\_ig3/index.html](http://militera.lib.ru/prose/russian/erenburg_ig3/index.html)
- Эренбург И.Г.* Черная душа (Электронный ресурс) // Война. 1941–1945. / Изд. подг. Б. Я. Фрезинским.— М.: КРПА Олимп; Астрель; АСТ, 2004т. — 796 с. Режим доступа: [http://militera.lib.ru/prose/russian/erenburg\\_ig3/index.html](http://militera.lib.ru/prose/russian/erenburg_ig3/index.html)

---

*Валерий Юрьевич Меринов* – кандидат философских наук, доцент кафедры журналистики Белгородского государственного национального исследовательского университета (г. Белгород).

*Даниил Валерьевич Световой* – магистрант кафедры журналистики Белгородского государственного национального исследовательского университета (г. Белгород).

ЕЛИЗАВЕТА ВЕЖНОВЕЦ

[el.vezhnovets@gmail.com](mailto:el.vezhnovets@gmail.com)**КОММЕНТАРИИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ:  
ПРОИЗВОДСТВО И ВОСПРОИЗВОДСТВО  
ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСА**

**И**нтернет как культурное явление представляет собой не только глобальный банк данных, но и дает начало интернет-коммуникации, изучение различных аспектов которой приобрело сегодня достаточно сильную значимость. Так, последние годы были ознаменованы активным развитием социальных сетей (см. прим. 1), ставших важным аспектом существования интернет-сообщества. Последнее подтверждается их возросшей ролью в качестве дискуссионных площадок по многим вопросам и проблемам, волнующих те или иные сообщества. В части изучения последнего явления (*массовые интернет-коммуникации*), как нам кажется, одним из перспективных направлений анализа становится исследование того, каким образом выстраивается воспроизводство дискурсов в таком способе социального действия, как интернет-комментарий. Мишель Фуко (Можейко М. А., Лепин, 2001) отмечает, что *«комментарий предотвращает случайность дискурса тем, что... он позволяет высказать нечто иное, чем сам комментируемый текст, но лишь при условии, что будет сказан и в некотором роде осуществлен сам этот текст»*. В интернет-комментарии проявляет себя «взаимозависимость» Дискурса и его носителей, а также видоизменения в производстве дискурсов, происходящие при переносе коммуникативных действий в мир онлайн. Комментарий как место борьбы и воспроизводства дискурсов невозможен без некоторого воспроизводящего субъекта, являющегося ретранслятором этой борьбы. Эта роль ретранслятора ставит перед нами вопрос субъектности индивида по отношению к дискурсу, а именно того, каким образом проявляется установка субъекта на производство или, напротив, на воспроизводство дискурса. Говоря другими словами, в данном случае поднимается **проблема** репрезентации собственной субъектной позиции индивида в таком жанре публичной дискуссии, как комментарий (в данном случае рассматривается пример социальных сетей).

В рамках данного исследования было предложено раскрыть понятие субъектности через соотнесение тезисов о «смерти Автора»

(Р. Барт, 1989) и тезисов теории коммуникативного действия Ю. Хабермаса. Под субъектностью мы понимаем способность индивида быть активным, деятельным, действующим субъектом, не утратившим возможность к объективации. Способность к объективации находит свое предметное проявление в артикулированном сообщении. Соответственно, когда мы говорим о «смерти автора», мы сталкиваемся с тем, что можно условно обозначить как проявления «мертвой» субъектности, к которым можно отнести, например, общую «подавленность» дискурсами, автоматическое воспроизводство его элементов – иными словами все, что характеризует установку индивида к воспроизводству, а не производству дискурса. Противоположная позиция, характеризующаяся тем, что в работе называется проявлением «живой» субъектности, описывает ту ситуацию, когда субъект в процессе говорения в буквальном смысле «производит» дискурс. Предполагается, что подобную установку мы можем наблюдать в теории коммуникативного действия Ю. Хабермаса. Последний трактует дискурс как продукт речевой коммуникации, которая представляет из себя не только и не столько процесс говорения, но включает и рефлексивность участников коммуникации, их равноценное и полное участие во всех ее аспектах. Трактовка Хабермасом дискурса как рефлексивной речевой коммуникации, предполагает ценность артикуляции и проговаривания позиций, как таковой. При этом, в теории Ю. Хабермаса значимость коммуникации определяется не столько в качестве воспроизводства определенного дискурса, сколько как средства достижения консенсуса и основы преобразования общества, что проговаривается в контексте субъектного-объектного отношения к другому. По этому поводу, в статье И. А. Чудовой «Субъектная и объектная ориентации во взаимодействии: ключевые свойства и возможности интерпретации», отмечается, что субъектное и объектное отношение в ряде современных теорий (в том числе это относится и к концепции Ю. Хабермаса), предпочитающих отказаться или избежать декламации «смерти субъекта», субъектное и объектное отношение к Другому может использоваться в качестве критериев диагностирования состояния общества (Чудова, 2009).

**Целью** исследования, таким образом, является описание вариантов воспроизводства субъектности в комментариях интернет-пользователей социальных сетей. Предполагается, что **комментарий** – отдельный жанр интернет-коммуникации, находящийся на стыке других жанров, так как он, с одной стороны, является продуктом устной речи, с другой стороны – письменной, с третьей – продуктом разнообразных интернет-трендов, задающих особенности и нормы построения текста, дает индивиду определенную свободу в воспроизводстве смыслов. Предполагается также, что жанровые особенности интернет-комментария позволяют обнаружить устойчивые

сочетания проявлений «живой» и «мертвой» субъектности индивида. Отправной точкой исследования является предположение о возможности сочетания в комментарии характеристик, характерных для «живой» и «мертвой» субъектности.

Эмпирическим объектом исследования являются тематически сгруппированные комментарии пользователей в социальной сети «ВКонтакте» к публикациям в пабликах новостной направленности. Исследование проводилось на примере двух наиболее массовых новостных сообществ социальной сети «ВКонтакте»: «РИА Новости» и «Лентач». Метод анализа – качественный контент-анализ. В последующих разделах представлены результаты анализа комментариев пользователей, касающийся вопросов жанровых особенностей интернет-комментария, а также описания вариантов воспроизводства субъектности и их устойчивых сочетаний.

### **Место жанра интернет-комментария в жанровом многообразии социальных сетей**

Обращаясь к вопросу описания жанра интернет-комментария, мы, в первую очередь, должны определить то, каковы наши основания для выделения жанра интернет-комментария как такового. В целом, категория жанра достаточно условна. В данной работе под жанром понимаются определенные устойчивые типы и формы высказываний, клише, принятые в той или иной сфере использования языка. В такой трактовке жанр объединяет в себе как структурно-формальные характеристики (обусловленные средствами артикуляции, которые нам представляются тем или иным инструментом коммуникации), так и некоторые языковые характеристики, характерные для определенного формата общения. В нашем случае мы обращаемся к вполне определенному кейсу – анализу социальной сети «ВКонтакте», а именно публичных коммуникаций вокруг сообщений новостных сообществ. Это уточнение достаточно важно, так как существует множество подвидов социальных сетей, каждый из которых предполагает наличие определенных акцентов на тех или иных функциях или формах коммуникации. Так, функционал, например, корпоративных социальных сетей и сайтов знакомств достаточно различен, хотя оба данных типа интернет-сервисов созданы для организации коммуникации в интернете и являются социальными сетями. Обладая различной функциональной направленностью и будучи связанными с различными сферами коммуникаций, они предполагают различия в организации интернет-коммуникации, то есть организуют вокруг себя совершенно специфические жанры. Это дает нам основание для попытки анализа интернет-комментария социальной сети «ВКонтакте» в качестве жанра коммуникации, специфического именно для данной

социальной сети, а также некоторого корпуса социальных сетей, обладающего схожим направлением развития.

Говоря об особенностях интернет-комментария (см. прим. 2) в качестве жанра, мы можем выделять как наличие некоторых общих черт с другими жанрами интернет-коммуникаций, так и выделять определенные специфические черты. Так, для трендов комментариев в социальных сетях характерна **темпоральная недолговечность** – дискуссии, как правило, живут относительно краткое время. Активное обсуждение заканчивается в течение двух-трех дней после возникновения дискурсивного события, отдельные комментарии могут появляться и позже, но в целом дискуссии достаточно недолговременны даже в тех случаях, когда речь идет о событиях, традиционно собирающих большое количество откликов (см. прим. 3). Основываясь на указанном критерии, можно вывести несколько тенденций новостных дискуссионных трендов, возникающих в социальных сетях:

1. **«Мозаичность» обсуждений.** Возникающие в социальных сетях дискуссии более дискретны, чем на форумах, где они, как правило, более жестко модерированы с точки зрения тематической скомпанованности. Эти обсуждения, по крайней мере относительно кейсов крупных новостных сообществ, более быстротечны – в комментировании в социальной сети возрастает скорость реакции пользователей на те или иные новостные события. Формат социальных сетей требует от пользователей более быстрого реагирования – уже через день отдельный новостной пост станет «историей», событием, отделенным от настоящего момента не 24 часами, а десятками, если даже не сотнями других новостных событий. Так, если обращаться только к паблику «РИА Новости», можно обратить внимание на то, что количество сообщений в день одного только этого новостного сообщества колеблется вокруг цифры в 50 постов. Это означает, что каждый час, прошедший с момента опубликования новости, как бы отдаляет читателя от события не только во временном измерении, но также в системе координат виртуального пространства. Пользователь, зашедший в сеть восемью часами позже публикации новости вполне может никогда не узнать о проходившей дискуссии даже в том случае, если ее предмет для него интересен. Отдельный пост, таким образом, как бы формирует отдельное ситуативное микросообщество, реально существующее только относительно конкретного новостного поста.

2. **«Жанровое закрепощение».** Так как интернет-комментарий требует быстрой реакции, он во многом приближается к ситуации устной речи. В этом смысле интернет-комментарий в социальной сети обладает гораздо меньшей свободой к самовыражению и снижает возможности индивида к манипуляции жанром – в отсутствии времени к длительному осмыслению ответа пользователь

склонен артикулировать наиболее релевантные для себя речевые конструкции, опираясь на устойчивые когнитивные схемы, обращение к которым укоренено опытом индивида.

3. **Эффект «ускорения» времени.** За счет структуры новостной ленты новостные события и, соответственно, актуальность обсуждений, начинают устаревать с большей скоростью, чем ранее. Новостные события и дискурсы «вокруг» них очень быстро теряют релевантность для интернет-пользователей. Это в некоторой мере согласуется с эффектами информационной перенасыщенности – пользователи как бы теряют чувствительность и восприимчивость к обсуждениям в том числе через ускоренное переживание отдельных реакций, которое вполне может быть достаточно мощным, не обладая, при этом, долговременным эффектом.

Относительно **форм артикуляции текста** интернет-комментария можно отметить, что они менее разнообразны, чем это можно было бы ожидать с учетом всех инструментов, которые предоставляются современными социальными сетями. Так, для комментаторов новостных пабликов, в целом, не характерно активное использование гиперссылок, аудиозаписей, визуальных изображений (имеются в виду картинки и gif-изображения), видеозаписей. Преимущественной формой артикуляции является тексто-графическая, с акцентом на использовании комбинаций знаков препинания, выражающих те или иные эмоции, а также собственно эмодзи.

"Переносное взрывное устройство" - самое то название для вифи 🤔

2 мая в 22:11 | Ответить

Мне нравится ♥ 2

*Рис. 1. Пример тексто-графической артикуляции комментария (см. прим. 4)*

Комментаторы часто игнорируют правило пунктуации, необходимость написания имен собственных с заглавных букв. Комбинации знаков препинания, как и в некоторых других жанрах интернет-коммуникации, могут урезаться до отдельных элементов – например, вместо знака «:-)» может использоваться «:)» или даже «)». Фиксация эмоциональных аспектов комментария посредством символов или эмодзи выступает средством ограничивающего отдельных высказываний друг от друга и может даже заменять классическую для письменной речи точку (рис.1). Применение других форм артикуляции, вероятно, требует от пользователя больше усилий (и времени) и поэтому пользуется меньшей популярностью. Фактически, сложившаяся ситуация указывает на наличие тенденций к «жанровому закреплению».

Среди альтернативных форм артикуляции текста стоит отметить визуальные изображения JPEG, Gif-изображения, видеозаписи, которые, при их использовании, могут как полностью замещать собой текстовое послание, так и сопровождаться какими-либо подписями. Второй случай способствует устранению неопределенности коммуникации, так как дополнительное уточнение, как правило, позволяет более полно донести смысл послания до адресата. Обобщая сказанное можно выделить 4 формы артикуляции высказывания, к которым преимущественно прибегают пользователи:

- Чистый текст;
- Текст + эмодзи;
- Текст + графическое сопровождение (JPEG/Gif-изображение);
- Текст+символы (:), >:), и т.д.).

Это обобщение справедливо, в первую очередь, для новостных пабликов. В других кейсах возможно смещение к иным формам артикуляции, например, в тех случаях, когда мы говорим о «целевых» постах, которые предлагают пользователю совершить конкретное действие (поделиться аудиозаписью, изображением).

Одним из важнейших аспектов описания жанра интернет-комментария является описание **языковых средств**, характерных для интернет-дискуссий. Безусловно, наиболее яркой чертой интернет-коммуникаций в целом и социальных сетей в частности является использование **веб-жаргонизмов**.



Рис. 2. Фрагмент комментария, цитирующего интернет-мем «проблемы с доступом в Джойказино» (см. прим. 5)

К веб-жаргонизмам можно отнести достаточно широкий ряд социолектов, начиная от разнообразных аббревиатур, заимствованных из англоязычного интернета (LOL, WTF), их русифицированными вариантами (например, «кек» или аббревиатура «P.S.», в русском интернете превратившаяся в «З.Ы.»), и заканчивая «исконно» русскоязычными выражениями («мч», «баян»). Кроме того, в отдельное направление веб-жаргонизмов имеет смысл относить разнообразные

интернет-мемы, которые могут выражаться в виде гиперссылок, визуальных изображений и даже текстовой форме (см. прим. 6). Интернет-мемы является относительно устойчивой формой высказывания, которая, впрочем, далеко не всегда представляет из себя «долговечную» с точки зрения популярности символическую конструкцию.

Характерной чертой интернет-мемов, зачастую, является общая ироничность высказывания, спонтанность распространения и ярко-выраженные «пики» популярности. Для российского Рунета, кроме всего прочего, характерно заимствование интернет-мемов из англоязычных источников, при этом начало популярности отдельного интернет-мема в российских социальных сетях может наступать как синхронно с англоязычными, так и начаться позже. Стоит так же отметить, что интернет-мемы, являясь отдельным социолектом, могут быть характерны для отдельных сфер коммуникаций и аудиторий. Так, если сравнивать два новостных сообщества РИА «Новости» и «Лентач», то в первом случае использование интернет-мемов менее выражено, что, с одной стороны, может объясняться различностью аудиторий, а с другой – особенностью модерации комментариев в сообществе «Лентач». На примере же последнего сообщества можно также проиллюстрировать возможность существования локальных социолектов: «пикчер бох», UPD: «передаю привет маме, родным!» (см. прим. 7).

Кроме всего прочего, для интернет-комментария характерно *сближение с бытовой речью*, в том числе активное использование междометий, которое, по-видимому, призвано снизить неопределенность и эмоционально-жестовую «недостаточность» письменных форм коммуникации. С точки зрения синтаксиса, высказывания не обладают сложной структурой, часто упрощены или выражены через неполные предложения. Интернет-пользователи активно используют разнообразные эмоционально-оценочные слова, также, по-видимому, призванные, сгладить разрывы и недопонимания, естественным образом возникающие в коммуникации, опосредованной современными техническими средствами.

**Имена интернет-пользователей** могут быть как приближены к реальным, так и обладать явными чертами прозвища и псевдонима (например, имена Экстремист (см. прим. 8), Отец-Борис, Винни Пух). При этом, наличие псевдонима не является обязательным условием большей погруженности в интернет-дискурс, более активного интердискурсивного давления, проявлений агрессии и может быть только некоторым условием для «более свободной» артикуляции высказываний, что, впрочем, требует отдельного исследования. Выбор имени и фотографии профиля интернет-пользователем следует скорее

относить к общему формату саморепрезентации в социальных сетях, чем элементу проявления того или иного варианта субъектности в интернет-комментарии, а в процессе анализа массовой интернет-коммуникации этот аспект должен учитываться в качестве контекста интерпретации.

В тех случаях, когда высказывание признается «ценным» остальными участниками дискуссии, они могут «ставить ему лайки» (см. прим. 9). *Количество «лайков»* выступает мерой «социального поощрения» и одобрения комментатора. Как правило, пользователями поощряются различные иронические высказывания, «меткое» использование мема как в чистом виде, так и адаптированного под ситуацию (то есть частичные клише). Кроме того, «лайк» выступает способом декларации сходства жизненных миров.

Индикатор **средства интердискурсивного давления** особенно важен при анализе публичных интернет-коммуникаций. Средства интердискурсивного давления, указывают на то, каким образом пользователи высказывают позицию артикулируемого дискурса/дискурсов вне зависимости от того, воспроизводится или производится этот дискурс. Такими средствами можно считать определенные элементы высказываний, которые позволяют указать наличие нескольких дискурсов в сообщении, означить их границы и переключения между дискурсами в рамках высказывания. Интердискурсивное давление как таковое не может являться аспектом исключительно «мертвой» или «живой» субъектности, так как артикуляция дискурсов и, соответственно, их пересечение и столкновение осуществляется в любом случае. Вместе с тем, мы можем предполагать, что в различных проявлениях субъектности мы можем обнаружить предрасположенность пользователей к определенным вариантам интердискурсивного давления, хотя бы в силу того, что субъект, проявляющий «живую» субъектность, стремится формулировать сообщения, основанные на более сильной аргументации и, соответственно, явно указать на то, какие именно дискурсы он привлекает, каково основание для привлечения этих дискурсов, а также какие именно аспекты этих дискурсов наиболее важны с точки зрения предмета дискуссии.

В ходе анализа, были выявлены следующие варианты интердискурсивного давления:

**1. Языковые средства:**

- коннекторы, маркирующие оппозицию (а от, а значит, если то, то..., это не..);
- формы сравнения (также, поэтому, а заодно, и, конечно же, как всегда..);

**2. Ссылки:**

- Видеозапись/документ/фотография/аудио как «вещественное»

- доказательство/прямое (вос)производство дискурса;
- Гиперссылки;
- Символические отсылки посредством использования мемов;
- Прямые ссылки на события, связанные с (вос)производимым дискурсом;
- Аллюзии;
- 3. Визуальные средства:**
- Использование CAPS LOCK (НАПРИМЕР, ТАКИМ ОБРАЗОМ);
- Видеозапись/ фотография/аудио как средство «привлечения внимания».

Представляется необходимым отдельно остановиться на тех вариантах интердискурсивного давления, которые в данной работе были определены как «визуальные». Хотя эти способы интердискурсивного давления соотносимы с другими группами показателей, через которые операционализируется данное понятие, представляется целесообразным выделять их в отдельный блок. В случае массовой интернет-коммуникации в социальных сетях особое значение приобретает формат представления комментария. В тех случаях, когда пользователь стремится наиболее явно и четко артикулировать дискурс, сделать так, чтобы он был услышан и понят, он, ввиду нехватки иных средств, может прибегать к тому, что мы условно называем «визуальным» давлением. Примеры такого давления мы можем наблюдать в паблике «Лентач» – в условиях работы роботизированных модераторов, пользователи сталкиваются с необходимостью максимально быстро привлечь внимание к своему высказыванию, что, как раз, наиболее удобно проводить за счет «визуального» давления, то есть целенаправленного акцентирования внимания к сказанному. Удачная комбинация текста и изображения, в этом случае, является гораздо более эффективным приемом, чем четко выстроенная аргументация. При этом, большое значение имеет содержание изображения. Оно должно содержать такой код, который считывался бы другими пользователями быстро и без каких-либо затруднений. Здесь достаточно часто используются общепринятые визуальные изображения, являющимися элементами common sense пользователей – они обыгрываются и подстраиваются под новость (Рис. 2, Рис. 3). Высказывания, сформированные по самым различным поводам, подстраиваются под некоторое клише, через которое обрабатывается реально произошедшее событие.

Хочется пошутить про деньги, но нет ...



3 июн в 2:08 | Ответить

Мне нравится ❤️ 179

Рис. 3. Пример «обыгрывания» визуального изображения в комментарии (см. прим. 10)

Если обращаться к примерам «РИА Новости» и «Лентача», можно обратить внимание на то, что такой способ визуального давления более характерен для второго паблика, где сложившийся формат коммуникаций требует от пользователей артикулировать «ценные» для других участников коммуникации комментарии, что является обязательным условием сохранения «права на коммуникацию». Что интересно, даже с учетом того, что использование мема потенциально способно сохранить за субъектом «право на участие в коммуникации», пользователями приветствуется определенная творческая свобода самовыражения и нестандартный подход к конструированию иронического (как, например, на Рисунке 3).

Таким образом, интернет-комментарий в новостных пабликах, по крайней мере самых массовых, оказывается достаточно приближен к бытовой устной речи – веб-жаргонизмы, мемы хоть и используются пользователями, все же относительно факультативны и не являются обязательным элементом артикуляции. Вероятно, это обусловливается тенденциями к смешению жанров коммуникации, так как предметы обсуждения связаны с бытовым дискурсом пользователей. Кроме того, это может быть связано и с особенностью аудиторий изучаемых пабликов – вполне возможно, что, например, пользователи «РИА Новости», действительно массового паблика, объединяющего самых разных людей, в меньшей степени «погружены» в интернет-дискурс (по крайней мере часть комментаторов). Вместе с тем, ряд перечисленных выше характерных черт комментария все же позволяет выделять его в отдельный жанр.

### **«Живая» и «мертвая» субъектность в интернет-комментарии: варианты воспроизводства и устойчивые сочетания**

Напомним, что описание субъектности в интернет-комментарии в рамках данной работы строится на теоретических воззрениях Ю.

Хабермаса, а именно его представлениях о том, какими характеристиками обладает коммуникативное действие, а также ситуация, в которой это действие может быть артикулировано.

Одной из наиболее заметных черт субъектности, которую можно обнаружить при обращении к анализу дискуссионных веток комментариев, является преимущественная апелляция пользователей к *жизненному миру*. Комментарий, возникающий относительно новостного события – это, в первую очередь, высказывание пользователя относительно того, как то или иное дискурсивное событие встраивается или, наоборот не встраивается в его жизненный мир: «*Сомневаюсь, что эти данные, кроме как ученым, интересны*» (см. прим. 11). Варианты апелляции к жизненному миру достаточно разнообразны: участники коммуникации могут как декларировать недостаток опыта, так и интерпретировать свой личный опыт, либо использовать его прямую артикуляцию. Вместе с тем, комментарий часто ограничивается исключительно апелляцией к жизненному миру, то есть, что, если обращаться к терминам данной работы, располагается ближе к проявлениям «мертвой» субъектности, чем «живой». В случае апелляции исключительно к жизненному миру, мы сталкиваемся с той ситуацией, когда пользователь использует новостное событие как «повод» воспроизвести дискурс. Такое высказывание может содержать интерпретацию личного опыта индивида, оценку новостного события, но, фактически, не вносит в дискуссию ничего нового с точки зрения доконструирования и производства дискурса. Аналогичным образом может проявлять себя и апелляция исключительно к объективному – в каком-то смысле она даже более автоматична, чем воспроизводство жизненного мира и подразумевает полное воспроизводство дискурса, безотносительно интерпретаций объективных фактов. Апелляции к интресубъективному и объективному не так распространены, как апелляция исключительно к жизненному миру. Вместе с тем, они могут артикулироваться как по-отдельности (например, прикрепление видеозаписи с выступлением политика), так и в виде сочетаний с апелляциями к жизненному миру. При этом, если обращаться именно к конкретным формам апелляции к элементам речевого действия, в случае проговаривания интресубъективного пользователя предпочитают опираться на *common sense*, а в случае апелляции к объективному – упоминают факты, претендующие на истинность, не подтверждая, при этом, реальность их существования:

Уже давно есть материалы, расследования, в том числе русских журналистов, что на Фукусиме был несравнимо больший выброс, катастрофа у японцев намного серьезнее Чернобыля...однако информацию не пускают в западных сми, реальные данные японцы не выдают общественности, всем просто удобно называть Чернобыль самой большой катастрофой.

♥ 2

*Рис. 4. Пример апелляции к объективному через упоминание фактов, претендующих нас истинность (см. прим. 12)*

Это объясняется особенностями интернет-комментария, связанными с его темпоральной недолговечностью. Участие в коммуникации осуществляется за счет укорененных в воспроизводимых дискурсах значений, которые могут быть артикулированы относительно быстро. Это также сближает интернет-комментарий с бытовой речью – высказывания, созданные непосредственно по поводу новостного события, представляют собой как бы прямую артикуляцию дискурса, далеко не всегда требуя от пользователя специфичной аргументации и привлечения всех уровней речевого действия, подкрепления высказывания «вещественными доказательствами». Стандартное новостное событие (то есть не являющееся, например, остросоциальным) предрасполагает к воспроизводству дискурса. Необходимость аргументации и множественной апелляции ко всем элементам речевого действия, как таковая, возникает на уровне отдельных дискуссий между пользователями, в которых происходит столкновение дискурсов, так как только таким образом возможно придать высказыванию достаточный уровень значимости. Соответственно, мы можем предположить, что разные новостные события могут располагать к проявлению различных вариантов субъектности, «живой» или «мертвой». Там, где речь идет об устоявшихся, «сильных» дискурсах возникает предпосылка «воспроизвести, а не произвести» дискурс. Это видно на примерах дискуссии вокруг вредности продукции компании Johnson&Johnson (см. прим. 13) – пользователи апеллируют ко всем трем уровням речевого действия (рис. 5) именно в тех случаях, когда коммуникация предполагает существование полемики, существует потенциал столкновения достаточно сильных дискурсов (например, в ситуации с Johnson&Johnson существует предпосылки для дискуссии по поводу химических свойств мыла, то есть речь, по крайней мере косвенно, идет об обсуждении научных фактов).

В рамках проанализированных дискуссий можно было наблюдать едва ли не обратную ситуацию, когда пользователи, вступив в полемику, начинают манипулировать ситуацией коммуникации, как бы устрояя

из комментариев собеседника отдельные элементы речевого действия. Такая манипуляция может основываться, например, на поле или возрасте собеседника – на этом основании жизненный мир, опыт пользователя признается как бы незначимым, а сам комментарий собеседника практически «омертвляется» в том смысле, что сама возможность собеседника производить дискурс подвергается сомнению.

Валера, у меня от слс аллергия. А от мыла норм все. Сульфаты это яд. Кожа от них становится пересушенная.поры расширенные. Зато слс моет на ура. От пересушенности никакие мази не помогут.

5 мая в 14:01 Валере | Ответить

Валера, слс разъедает не только жир.но и кожу.мыло смывает грязь с поверхности кожи.но не действует на глубинные слои.как это делает слс.

5 мая в 14:03 Валере | Ответить

Оксана, я еще раз говорю женщина, гугл откройте, и посмотрите принцип действия ЛЮБОГО мыла, хватит мне тут заливать бред какой то, если не знаешь что такое ПАВ и боишься его, то зачем мне об этом писать? Если по химии в школе были тройки, то зачем меня убеждать в чем то, если не знаешь принципа действия мыла?

*Рис. 5. Пример манипуляции ситуацией речевого действия (см. прим. 14)*

Даже в тех случаях, когда подобные манипуляции не приносят пользователю очевидной победы, они дают возможность закрепить в коммуникации артикулированное с позиции собственного жизненного мира, воспроизводя, тем самым некоторый дискурс:

Алий, я не страюсь казаться, однако не думаю, что вы много умней, хотя очень стараетесь казаться

25 апр в 12:18 Алию | Ответить

Ольга, о, уж поверьте, о данном вопосе я знаю гораздо больше вас.

25 апр в 16:30 Ольге | Ответить

Алий, это очень узкий вопрос, маловолнующий общество. Жизнь гораздо шире и глубже. А вообще следи за собой, будь осторожен в суждениях

25 апр в 16:44 Алию | Ответить

*Рис. 6. Пример манипуляции ситуацией коммуникации с закреплением позиции жизненного мира (см. прим. 15)*

В примере выше мы видим, как в ходе дискуссии меняется обращение к адресату и нарушается симметричность условий коммуникации, так как участники беседы взаимно подвергают

сомнению правомерность участия в дискуссии, а также личный опыт оппонента. Что символично, данный фрагмент дискуссии построен только на апелляции к жизненным мирам, конкретных обоснований через объективные факты или апелляцию к *common sense* нет.

Манипулирование ситуацией может также осуществляться через акты агрессии (на этом часто построен феномен троллинга):

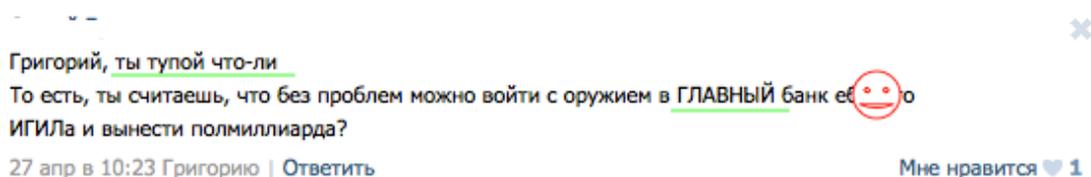


Рис. 7. Пример манипуляции ситуацией речевого действия через явно выраженную агрессию (см. прим. 16)

В примере выше зафиксирован акт агрессии по отношению к пользователю, что является нарушением ситуации речевого действия, способствующей производству дискурса. В данном примере аргументация выстроена на апелляции к *common sense*, то есть к intersubъективному, которое, судя по материалам дискуссий, может обладать большей претензией на значимость, чем жизненный мир (то есть субъективный опыт) собеседника.

Итак, мы определили, что в тех случаях, когда дискурс не предполагает активной полемики и обсуждений, пользователи скорее будут артикулировать «мертвую» субъектность через апелляцию к собственному жизненному миру. Апелляция к только к intersubъективному и объективному также возможна, однако проводится через использование текстуального или текстуально-визуального формата артикуляции высказывания. Гиперссылки, видеозаписи практически не используются, в артикуляции и обычно сочетаются с текстуальными пояснениями. Более того, без связи с текстом эти способы артикуляции высказыванию теряют свой вес в качестве значимых аргументов, так как именно объективное, артикулированное подобным образом наиболее просто воспроизводится автоматически и часто может являться спамом или даже нести опасность для пользователей (см. прим. 17). Распространены сочетания апелляции к жизненному миру и intersubъективному/объективному, которые также артикулируются преимущественно текстуально. С точки зрения разнообразия языковых средств и форм артикуляции стоит отметить, что в тех случаях, когда мы говорим об апелляции к нескольким элементам речевого действия можно заметить увеличение длины высказывания, использование аллюзий. Именно в этих случаях возникает использование коннекторов, маркирующих оппозицию (даже в тех случаях, когда ведется полемика

не с конкретным адресатом, а высказывание конструируется относительно новостного сообщения). В тех случаях, когда пользователи манипулируют ситуацией коммуникации, пытаюсь «удалить» из дискуссии отдельные элементы речевого действия собеседника, ярко выражена эмоциональная окрашенность используемых словосочетаний (при этом в дискуссиях в целом активно используется словообразование на основе аффиксов и иных словообразовательных средствах, что, в целом, характерно для русского языка). Веб-жаргонизмы и мемы используются реже, чем это можно было бы ожидать (здесь четко видна разница артикуляции субъектности между пользователями «РИА Новости» и «Лентача»). В целом, если расположить «живую» и «мертвую» субъектность на разных концах вектора, то по мере движения к «живой» субъектности увеличивается разнообразие используемых языковых средств, которое, тем не менее не так уж и велико.

Интересным образом в дискуссиях паблика «Лентач» проявляет себя то, каким образом субъекты осуществляют *«власть надо словом»* – манипуляция жанром и «обыгрывание» клишированных сообщений (в первую очередь интернет-мемов) является едва ли не самоцелью большей части комментаторов. Здесь, с одной стороны, пользователи ориентируются на жанр, то есть находятся под властью дискурса. С другой – они несколько дистанцируются от него, видоизменяют, подстраивают под ситуацию, проявляют собственный стиль – то есть избегают полного следования жанру, как бы «ускользая» от власти дискурса. Мемы здесь выступают скорее средством оформления сообщения таким образом, чтобы оно было понятно участникам дискуссии. Конечно, говорить о полном освобождении от власти дискурса через манипулирование жанром вряд ли возможно, тем более, что пользователь, в любом случае, должен ориентироваться на правила (вос)производства дискурса, чтобы быть понятым. Дискуссия обладает ярко выраженным игровым характером (что, кстати, гораздо менее выражено в «РИА Новости»), ирония является доминирующим языковым средством. Пользователь артикулирует такое высказывание, которое вызовет одобрение со стороны других участников дискуссии (так как лишь таким образом можно подтвердить право на участие в обсуждении и артикулировать дискурс). В этом смысле свободы артикуляции в паблике гораздо меньше, чем в «РИА Новости», а временные ограничения требуют от пользователя проявлять чуть больше усилий с точки зрения предварительной подготовки комментария, который должен быть максимально читаемым и принимаемым большинством.

Ниже в Таблице 1 представлено обобщенное описание комментирования, сгруппированное по основным информационным посылам.

Таблица 1. Сводное описание комментариев интернет-пользователей, сгруппированное по основному информационному посылу

Комментарий «по поводу новости» (максимальное проявление «мертвой» субъектности)	Комментарий-отношение к новости	Комментарий-шутка по поводу новости.	Комментарий-ирония над новостью/дискурсами, упоминаемыми в новости	Комментарий-агрессия	Комментарий-обсуждение (максимальное проявление «живой» субъектности)
<p>– Тема комментария не согласована с темой новости/связана с ней косвенно; –Элементы речевого действия. В первую очередь основывается на артикуляции жизненного мира пользователя, то есть содержит срез «автоматической» реакции на инфоповод; –Языковые средства. Относительно беден с точки зрения привлекаемых языковых средств; Относительно краток с точки зрения длины высказывания; Явно проявляет себя</p>	<p>- Тема комментария согласована с темой новости; - Элементы речевого действия Основывается на апелляции к жизненному миру и интердискурсивному (common sense). Апелляция к объективному может присутствовать в редких случаях, значимость объективного факта как правило не подкрепляется «вещественными доказательствами»; –Языковые средства. Относительно беден с точки зрения привлекаемых языковых средств; Относительно</p>	<p>- Тема комментария согласована с темой новости; - Элементы речевого действия Основывается на апелляции к жизненному миру и интердискурсивному (common sense). – Форма артикуляции. Текстуальная/текстуально-визуальная с использованием изображений/видеозаписей. - Усиливается» следование жанру – именно в иронических и шуточных высказываниях пользователи привлекают специфичные элементы интернет-дискурса (веб-жаргонизмы,</p>	<p>- Тема комментария согласована с темой новости; - Элементы речевого действия Основывается на апелляции к жизненному миру и интердискурсивному (common sense). - Языковые средства. Используются иронические высказывания, сарказм. - Манипулирование жанром и клишированным сообщением используется как средство осуществления иронии.</p>	<p>- Языковые средства. Разнообразен с точки зрения применяемых языковых средств. Могут встречаться коннекторы оппозиции. - Используется манипуляция ситуацией речевого действия; - Ярко выражен эмоциональный аспект аргументации: использование эпитетов и обценной лексики, активное словообразование (в том числе для выражения эмоциональных аспектов, что, в целом, согласуется с особенностями русского языка).</p>	<p>- Элементы речевого действия. Основывается на апелляции к жизненному миру/интерсубъективному (common sense) - Языковые средства. Наиболее разнообразен с точки зрения применяемых языковых средств. Предложения становятся более длинными. Могут встречаться коннекторы оппозиции. - Манипуляция ситуацией речевого действия отсутствует.</p>

<p>эмоциональная составляющая (эмоционально-окрашенные оценочные выражения, в т.ч. с использованием соответствующего словообразование); –Форма артикуляции. Артикулирован преимущественно текстуально, либо в виде комбинации текста и знакового/визуального (эмодзи) выражения эмоций.</p>	<p>краток с точки зрения длины высказывания; Явно проявляет себя эмоциональная составляющая (в т.ч. словообразование за счет аффиксов, префиксов);</p>	<p>интернет-мемы).</p>	<p>«Усиливается» следование жанру – именно в иронических и шуточных высказываниях пользователи привлекают специфичные элементы интернет-дискурса (веб-жаргонизмы, интернет-мемы).</p>	
---	--	------------------------	---	--

Несмотря на все разнообразие дискурсивных событий, высказывания пользователей, как правило, могут:

а) артикулироваться «по поводу новости». В таких высказываниях пользователи артикулирует собственный жизненный опыт безотносительно темы новости. Новостное событие выступает как бы стимулом для артикуляции – ответная реакция пользователя автоматична и содержит «мгновенный срез» опыта пользователя, так или иначе связанного с данным событием (по крайней мере с позиции говорящего). Сюда же целесообразно относить артикуляцию объективного или интересубъективного в тех случаях, когда каждый из этих элементов речевого действия артикулируется отдельно. В этом случае пользователи как бы воспроизводят отдельные аспекты дискурса, не реализуя конструирующую высказывание функцию. В данном варианте комментирования в наибольшей степени проявляет себя «мертвая» субъектность пользователей, так как в нем существует установка на воспроизводство дискурса, какая-либо доконструкция фактически отсутствует;

б) являться комментарием-отношением к новости. Тема комментария в этом случае согласована с темой новости, связь между артикулированным опытом и дискурсивным событием прослеживается явно. Может присутствовать артикуляция интересубъективного;

в) артикулировать комментарий-шутку, которая высказывается по поводу новости. В таком комментарии пользователи высмеивают отдельные аспекты новости или дискурса, к которым эта новость относится;

г) артикулировать комментарий-иронию над новостью/дискурсами, упоминаемыми в новости. От комментария-шутки отличается ярко-выраженной иронической составляющей (в предыдущем варианте она может использовать, но не является основным языковым средством и самоцелью), то есть стремлением принизить или придать отрицательный характер явлению. Ирония в некотором смысле усиливают «живую» субъектность, так как предполагает такую интерпретацию события, когда пользователь подвергают сомнению свершение какого-либо факта. Такие сомнения являются дополнительным стимулом к осмыслению и производству дискурса и требуют от пользователей больше рефлексивных и интерпретационных усилий;

д) артикулировать комментарий-агрессию. Высказывается либо по отношению к гипотетическим носителям оппонирующего дискурса, либо по отношению к другому участнику дискуссии. Кроме повышенного эмоционального фона в таких высказываниях проявляют себя манипулирование условиями ситуации речевого действия. Интересным является вопрос, связанный с тем, считать ли манипуляцию ситуацией проявлением «мертвой» или «живой»

субъектности. Фактически, здесь можно провести некоторое разделение форм манипуляции, так как само по себе исключение собеседника из дискуссии далеко не всегда может нарушать ход обсуждения (особенно ввиду распространённости феномена троллинга). Фактически, манипуляция ситуацией может быть проявлением «живой» субъектности в тех случаях, когда она подкрепляется соответствующей аргументацией на основе объективного/интерсубъективного, то есть реально демонстрирует несостоятельность собеседника. В тех же случаях, когда речь идет исключительно об агрессии, уничтожении жененного мира оппонента, мы, по-видимому, можем говорить о проявлениях «мёртвой» субъектности;

е) артикулировать комментарий-обсуждение. Так же, как и в предыдущем пункте может быть артикулирован как по отношению к группе, так и по отношению к конкретному адресату. Отличительной особенностью является привлечение трех уровней речевого действия без манипуляции ситуацией действия – в таких комментариях отсутствует дискредитация собеседника, а сам формат артикуляции можно описать как «аргументированное высказывание» – субъективное объективируется таким образом, чтобы артикулированный дискурс был обоснован. Такой формат предрасполагает к дискуссии хотя бы в силу того, что в нем присутствует артикуляция уровня объективных фактов и интерсубъективного, то есть тех аспектов социального, которые не являются исключительно индивидуальными особенностями пользователя и по своей природе более консенсуальны, чем личный опыт, аргументация на основе которого уязвима для критики и по определению обладает меньшим уровнем значимости.

Прежде чем перейти к описанию выводов отметим, что предложенная в Таблице 1 группировка достаточно условна и нацелена скорее на то, чтобы указать наиболее характерные черты выделенных групп комментариев.

### Основные выводы

Обобщая сказанное, следует остановиться на нескольких выводах из анализа, которые представляются наиболее интересными с точки зрения текущих результатов работы, а также потенциальных направлений для дальнейшей разработки темы.

Во-первых, по крайней мере, как это видно на проанализированном материале, в массовых коммуникациях пользователи скорее (вос)производят дискурс, чем производят. Это наблюдение может быть последствием того, что для анализа в рамках данной работы были выбраны массовые интернет-сообщества

(напомню, предполагалось, что за счет массовости аудитории нам удастся наиболее полно описать проявления субъектности). Есть основания считать, что данное предположение себя не оправдало, потому необходимо проведение повторного анализа на другом материале. Вполне возможно, что ситуация массовых новостных пабликов располагает к артикуляции «мертвой» субъектности. Отсюда возникает второе наблюдение и, одновременно, исследовательский вопрос: чем в большей мере обуславливается проявление субъектности: ситуацией коммуникации или самим субъектом? На примере сравнения пабликов с принципиально различными форматами комментирования было обнаружено, что их пользователи проявляют разную степень субъектности (впрочем, различия между ними гораздо менее явны, чем это можно было бы предполагать). С достаточной уверенностью можно говорить, что в тех ситуациях, когда пользователи участвуют в дискуссии с другими пользователями, возникает больше предпосылок для проявления «живой» субъектности, в этом же случае увеличивается разнообразие привлекаемых языковых средств.

Еще одной особенностью комментария оказалось то, что он, по-видимому, предоставляет мало свободы для артикуляции высказывания, по крайней мере на массовых коммуникационных площадках. На следующем этапе исследования целесообразно обратиться к относительно узким, возможно экспертным сообществам, в которых пользователи, предположительно, могут проявлять более «живую» субъектность. Вопрос, во что это может вылиться в том случае, если социальные сети станут основными площадками коммуникации.

Относительно структуры высказывания можно отметить, что комментарии действительно можно объединять в некоторые группы, объединенные определенными специфичными чертами. Деление, предложенное в Таблице №8 не является окончательным и может быть дополнено на примере анализа иных интернет-сообществ. Интересно, что предложенное деление, основанное на теме высказывания (имеется ввиду то, является ли комментарий отношением к новости, шуткой и т.п.), может быть описано с позиции использования вполне определенных речевых средств и апелляции к вполне определенным элементам речевого действия.

Отметим также, что новостной дискурс, вероятно, располагается ближе к бытовому дискурсу, чем интернет-дискурсу. В комментариях ярко проявляется интердискусивность в том смысле, что они артикулируют как собственно интернет-дискурс, так и значения, связанные с новостным событием (обозначим их в качестве бытового дискурса). Следование жанру проявляется, например, в сокращении длины сообщений, при этом сами тексты относительно индивидуалистичны, то есть не наполнены клише, являющимися элементами интернет-дискурса. В комментариях могут

воспроизводиться устойчивые обороты и значения, присутствующие в бытовом дискурсе, но аспект специфичности интернет-коммуникаций выражен менее явно. Интересным кажется также то, что для интернет-комментирования, несмотря на его преимущественно текстуальную форму артикуляции, характерно то, что в данной работе было обозначено как «визуальные» формы интердискурсивного давления в т.ч. использование изображений и CAPS LOCK.

В завершение можно отметить, что данное исследование показало наличие некоторого потенциала анализа дискуссий в сети Интернет с позиций «живой» и «мертвой» субъектности. Исходные позиции анализа позволяют судить не только о самих субъектах и их степени поглощенности дискурсом, но и оценивать саму дискуссию, выявлять не просто места пересечения дискурсов и властного давления, но и анализировать характер, ход, тенденции обсуждения. Так, при изучении массовых дискуссий с позиций проявлений субъектности, мы можем судить о мере «открытости» и укорененности дискурса. Предложенный формат проведения исследований, по-видимому, будет особенно полезен при изучении остро-социальных вопросов, вызывающих активную полемику в социальных сетях, а также при изучении разнообразных закрытых интернет-сообществ.

---

#### Примечания:

1. Платформа или онлайн сервис, веб-сайт, созданные для отражения социальных взаимоотношений.
2. Для удобства анализа здесь и далее под интернет-комментарием будет пониматься именно интернет-комментарий в социальной сети «ВКонтакте».
3. В качестве примера можно привести дискуссию вокруг Чернобыльской катастрофы, попавшую в выборку при отборе данных.
4. «РИА Новости»: «Название WiFi-сети на борту самолета напугало пассажиров, сообщает СМИ, поэтому рейс, следующий из Мельбурна в Перт, пришлось задержать». Новость опубликована 2 мая 2016.
5. Связан с навязчивой рекламой сайта joucasino.com, который начал активно сотрудничать с командами по озвучиванию сериалов и фильмов. Реклама, как правило, появляется в самый неподходящий момент и, со временем, стала отдельным интернет-мемом. Предмет обсуждения – дискуссия в паблике «Лентач» вокруг заявления президента МТС о возможно отказе сотовых операторов от платных услуг для абонентов.
6. Разграничение мемов на текстовую и визуальную форму достаточно условно, как правило они сосуществуют в рамках одного мема.
7. Используется в том случае, когда комментатор набрал достаточное число «лайков», чтобы его пост не удалил модерлирующий алгоритм
8. Орфография приводится без изменений
9. Пункт «Мне нравится» в правом нижнем углу поля комментария

10. Комментарий к новости: «Суд арестовал мэра Владивостока Игоря Пушкарева за откаты при строительстве дорог». Лентач. Новость опубликована 3 июня 2016 г. В изображении обыгрывается мем «Денег нет, но вы держитесь, здоровья Вам», основанный на недавнем высказывании Д.А. Медведева по поводу пенсий в Крыму.
11. Комментарий к новости «ЦЕРН выложил в открытый доступ 300 терабайт данных о работе Большого адронного коллайдера. «РИА Новости». Новость опубликована 24 апреля 2016 года.
12. Комментарий к новости «30 лет назад на атомной станции в СССР произошла крупнейшая в мире ядерная авария. Причины и хроника чернобыльской катастрофы — в инфографике на Ria.ru». «РИА Новости». Новость опубликована 26 апреля 2016 года.
13. Которая по неподтвержденным данным может вызывать рак. Новость опубликована 3 мая 2016 года в паблике «РИА Новости»
14. Комментарий к новости «Заболевшая раком женщина отсудила у Johnson & Johnson 55 млн долларов». «РИА Новости». Новость опубликована 3 мая 2016 года.
15. Комментарий к новости «ЦЕРН выложил в открытый доступ 300 терабайт данных о работе Большого адронного коллайдера» «РИА Новости». Новость опубликована 24 мая 2016 года.
16. Комментарий к новости «США в Ираке уничтожили хранилище денег боевиков ИГ с 500 миллионами долларов». «РИА Новости». Новость опубликована 27 апреля 2016 года.
17. В тех случаях, когда ссылка является способом распространения вредоносного кода.

### Список литературы

- Ахренова Н.А.* Интернет-дискурс как глобальное межкультурное явление и его языковое оформление: автореф. дис. д-ра фил. наук: 10.02.19 / Н. А. Ахренова. М. Московский государственный областной университет. – М., 2009. – 36 с.
- Барт Р.* Актовая лекция // Ролан Барт. Избранные работы. Семиотика / Пер. с фр., вступ. ст. и коммент. Г.К. Косикова. – М.: Прогресс, 1989, с. 545-569.
- Барт Р.* Нулевая степень письма. (Электронный ресурс). (Обращение к документу 9 мая 2015). Режим доступа < <http://libfl.ru/mimesis/print/pismo.html> >.
- Барт Р.* Основы семиологии // Сборник статей Структурализм: «за» и «против» / Сост.: М.Я. Полякова. М: Издательство «Прогресс», 1975.
- Бауман. З.* Глобализация. Последствия для человека и общества / Пер. с англ. — М.: Издательство «Весь Мир», 2004.— 188 с.
- Ван Дейк Т. А.* Анализ новостей как дискурса // Язык. Познание. Коммуникация. Б.: БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. — 308 с.
- Ван Дейк Т. А.* К определению дискурса (Электронный ресурс).(Обращение к документу 6 апреля 2015). Режим доступа <<http://www.psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/vandijk2.h>>
- Ван Дейк Т. А.* Дискурс и власть репрезентации доминирования в языке и коммуникации // Дискурс и власть. Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. Пер. с англ. - М.: Либриком, 2013. - 337с.
- Васильева С. Л.* Особенности жанра комментария в русском и английском газетно-публицистическом дискурсе: сопоставительный аспект (Текст) / С. Л. Васильева // Молодой ученый. — 2013. — №2. — С. 207-210.

- Галванова О. Е.* Коммуникативный жанр как методологический концепт изучения форма социального взаимодействия // Социологические исследования. 2010. No. 6. С. 80-86.
- Галичкина Е.Н.* Жанровая стратификация российской блогосферы в виртуальной коммуникации // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 2, Языкозн. 2009. No 1 (9). С. 58- 63.
- Гордиевский А.А.* Интертекстуальность и интердискурсивность – к вопросу о разграничении понятий // Вестник Тюменского государственного университета. 2006. No4.
- Грицанов А. А., М. А. Можейко.* «Воскрешение субъекта» // Постмодернизм. Энциклопедия. Минск: Интерпрессервис; Книжный дом, 2001. – 1040 с.
- Кожмякин Е. А.* Дискурс-анализ как междисциплинарная методология: исторический аспект (Электронный ресурс). (Обращение к документу 13 мая 2014) . Режим доступа <<http://cyberleninka.ru/article/n/diskurs-analiz-kak-mezhdistsiplinarnaya-metodologiya-istoricheskiy-aspekt>>.
- Кожмякин Е. А.* Дискурсивный подход к изучению культуры. (Электронный ресурс). (Обращение к документу 13 мая 2015). Режим доступа <[http://www.madipi.ru/index.php?option=com\\_content&view=article&id=135%3Adiscursologia-proyecto-enciclopedico&catid=134%3Adiscursologia-proyecto-enciclopedico-&Itemid=55](http://www.madipi.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=135%3Adiscursologia-proyecto-enciclopedico&catid=134%3Adiscursologia-proyecto-enciclopedico-&Itemid=55)>.
- Красикова Т. Р.* Вербальный аспект конструирования социально-значимых событий в медиатекстах (Электронный ресурс). (Обращение к документу 3 мая 2015). Режим доступа <<http://discourseanalysis.org/ada11/st80.shtml>>.
- Лакан Ж.* Ниспровержение субъекта и диалектика желания в бессознательном у Фрейда (Электронный ресурс). (Обращение к документу 16 апреля 2015). Режим доступа <<http://www.opentextnn.ru/man/?id=1899>>.
- Можейко М. А., С. Лепин.* Дискурс // Постмодернизм. Энциклопедия. Минск: Интерпрессервис; Книжный дом, 2001. – 1040 с.
- Можейко М. А., С. Лепин.* Дискурсивность // Постмодернизм. Энциклопедия. Минск: Интерпрессервис; Книжный дом, 2001. – 1040 с.
- Можейко. М. А.* Смерть субъекта // Постмодернизм. Энциклопедия. Минск: Интерпрессервис; Книжный дом, 2001. – 1040 с.
- Рыжков М. С.* Речевые стратегии участников синхронного интернет-дискурса (Электронный ресурс). Режим доступа: <<http://www.dissercat.com/content/rechevye-strategii-uchastnikov-sinkhronnogo-internet-diskursa>>. (Обращение к документу: 14 апреля 2015).
- Сидорова И.Г.* Коммуникативно-прагматические характеристики жанров персонального интернет-дискурса (сайт, блог, социальная сеть, комментарий): дис. на соискание ученой степени к-та филологических наук // Волгоград, 2014.
- Соболева М.* К концепции философии языка Юргена Хабермаса (Электронный ресурс). Режим доступа: <[http://www.ruthenia.ru/logos/number/2002\\_02/07.htm](http://www.ruthenia.ru/logos/number/2002_02/07.htm)>. (Обращение к документу: 19 апреля 2016).
- Фуко М.* Герменевтика субъекта. (Электронный ресурс). (Обращение к документу 17 мая 2015). Режим доступа <<http://filosof.historic.ru/books/item/fo0/soo/z0000553/>>.
- Фуко.* Археология знания. (Электронный ресурс). (Обращение к документу 24 марта 2016). Режим доступа <[http://www.gumer.info/bogoslov\\_Buks/Philos/fuko\\_arh/](http://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Philos/fuko_arh/)>.

- Фуко. М.* Слова и вещи: археология гуманитарных наук (Электронный ресурс). (Обращение к документу 16 мая 2015). Режим доступа <[http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Culture/Fuko\\_Slova/](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Fuko_Slova/)>.
- Хабермас Ю.* Отношения к миру и рациональные аспекты действия в четырех социологических понятиях действия / Пер. с нем. Т.Тягуновой // Социологическое обозрение, 2008. Т. 7. No1.
- Чудова И.А.* Субъектная и объектная ориентации во взаимодействии: ключевые свойства и возможности интерпретации // Социологические этюды: сборник статей аспирантов. Выпуск 2 / Под общ. ред. М.К. Горшкова. Сост.: Т.Н. Короткова, Л.А. Окольская, Л.В. Яикова. М.: Институт социологии РАН, 2009. С. 20 – 28.
- Шевелева.* Лингвистические особенности дискурса Интернет-СМИ // Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей / Отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. М.: МАКС Пресс, 2010. Вып. 41. 112 с.
- Эко У.* От Интернет к Гутенбергу: текст и гипертекст. (Электронный ресурс). (Обращение к документу 18 мая 2015). Режим доступа <[http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Culture/Еко/Int\\_Gutten.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Еко/Int_Gutten.php)>.
- Якунина М. Л.* Особенности интернет-дискурса: никнейм // Филологически науки вопросы теории и практики. 2013. No 3. С. 218-221.
- Habermas.* On the pragmatics of communication. Studies in the contemporary German Social thought. Massachusetts: Massachusetts Unstittute of Tecnology – 1998. 454 P.

---

*Елизавета Александровна Вежновец* – магистр социологии, Новосибирский государственный университет (г. Новосибирск).

АЛЕКСАНДР БУШЕВ, ЯНА ИВАНОВА

[alex.bouchev@list.ru](mailto:alex.bouchev@list.ru)

## НОВАЯ СРЕДА СОЦИАЛЬНОГО ДИСКУРСА: ГОРОДСКАЯ ИНТЕРНЕТ-ГАЗЕТА (НА ПРИМЕРЕ THE VILLAGE)

### Введение

**А**ктуальность настоящего исследования обусловлена тем, что в течение последних пяти лет в разных регионах России возникло несколько гиперлокальных онлайн-изданий, идентифицирующих себя с так называемым форматом городской интернет-газеты. Начиная с такого издания, как «The Village», появившейся в 2010 году как блог, и трансформировавшейся к 2012 в самостоятельное издание, позже возникли «Бумага», «Владивосток-3000», «Downtown», «TheProvince», и в конце 2015-го запустился новый проект «ИНДЕ» о жизни Казани и региона. Все эти издания имеют общие черты, которые, как нам кажется, создают так называемый новый формат локальных медиа, формат городской Интернет-газеты, т.е. изданий со специфическим набором характеристик, контентом, целью не просто информировать, но влиять на городское сообщество, изменяя и преобразовывая его; плюс их направленность на весьма определенную аудиторию. По этой теме практически нет научных исследований теоретиков журналистов, что делает нашу работу практически-полезной для более детального изучения медиапространства современной России.

Новизна исследования состоит в попытке дать самостоятельное определение термину городской интернет-газеты, в выявлении ключевых типологических характеристик и общих принципов работы новых городских медиа разных регионов.

Объектом исследования является феномен городской интернет-газеты. Предмет исследования - общие типологические и аудиторные характеристики издания «TheVillage», влияющие на формирование типа городской Интернет-газеты.

Цель работы – на примере издания выявить типологические и аудиторные характеристики и жанрово тематические особенности изданий, позиционирующих себя как городские интернет-газеты. Для достижения цели были поставлены следующие задачи: 1) изучить историю развития проекта «TheVillage», выявить и составить социологический портрет ее аудитории «городских интернет-газет»; 2)

проанализировать ключевые типологические характеристики Интернет-газет (формальные характеристики, информационную политику, повестку дня, состав аудитории и функции, выполняемые изданием по отношению к ней); 3) на основе исследований дать определение понятию городской интернет-газеты.

Поставленная цель и сформулированные задачи исследования позволяют выдвинуть следующую рабочую гипотезу: городская интернет-газета является гиперлокальным СМИ, главной аудиторией которой являются представители креативного класса.

В работе были применены такие методы исследования как: системный анализ, структурно-функциональный анализ, метод типологизации, контент-анализ, анализ аудитории, сравнительно-описательный метод, мониторинг СМИ.

Теоретическую базу исследования представляют труды отечественных авторов. Для изучения типологии отечественных СМИ, в частности типологии Интернет-СМИ, мы обратились к трудам Е.Л. Вартановой, С.М. Гуревича, В.В. Тулупова, М.М. Лукиной, И.Д. Фомичевой. Для исследования процесса урбанизации мы изучили труды как зарубежных авторов - Д. Джейкобс, С. Маккуайр, так и отечественных - В.Л. Глазычева, Е. Г. Трубиной. Влияние технологий на городскую среду рассматривается в трудах С. Маккьюр и Д. Лоренц. Для ознакомления с проблематикой, историей и особенностями «новых медиа» мы обратились к работам таких авторов, как С Аллан, В Кросби, Л Манович, Д.Павлик. Из сравнительно новых актуальных работ укажем на работу А. Амзина и соавторов (Амзин, 2016), а также коллективный труд по ИКТ в коммуникации (Коммуникация..., 2016). Для исследования аспектов досуговой журналистики мы обратились к трудам Л.Р. Дускаевой. Для изучения социологии Интернет-СМИ мы обратились к трудам И.Д. Фомичевой. Работа написана при использовании литературы по интернет-журналистике, а также материалам интернет-изданий и статистических данных предоставленных Яндекс.Метрикой, Google Analytics.

### **История создания THE VILLAGE-первого опыта, родоначальника интернет-газет России**

Впервые данная формулировка встречается в 2010 году, когда городской сайт о жизни в Москве «TheVillage» стал себя позиционировать именно как городская интернет-газета, заявляя в редакционном письме о проекте и политике издания:

*«TheVillage – это даже не журнал, а городская интернет-газета, которая будет рассказывать обо всех значимых явлениях и событиях Москвы – культурных и общественных, о еде, людях и магазинах. В общем, обо всем, что интересует жителя нашего*

небольшого города. Мы не хотим превращаться в подборку криминальных сводок или каталог с новостями о скидках в магазинах. Мы хотим писать о вещах, которые помогут любить этот город. Сейчас это особенно важно» (*TheVillage: Москва — небольшой город*: <http://www.lookatme.ru/mag/archive/look-at-me/89352-moskva-nebolshoy-gorod>).

Городская интернет-газета «The Village» зарождалась как блог о городе на сайте «Look At Me». Некоторое время «Look At Me» являлся социальной сетью - его контент создавали пользователи, а его модерацией занималось небольшое число сотрудников. Пользователи LAM могли писать статьи, создавать фотогалереи, анонсировать события, комментировать и оценивать материалы. В ноябре 2012 года «Look At Me» перестал быть пользовательским сайтом, а создание контента полностью взяла на себя редакция. За 5 лет сайт вырос в небольшой издательский дом с четырьмя изданиями о современной культуре, моде, бизнесе и жизни. Сегодня «Look At Media» – это независимая частная медиакомпания, сфокусированная на интернет-изданиях в которую входят несколько популярных проектов: журнал о креативных технологиях «LookAtMe», городская интернет-газета «TheVillage», издание о предпринимателях новой волны «Hopes&Fears», мужской журнал «FURFUR» и журнал для девушек «Wonderzine». Последние четыре образовывались путём отделения от «Look At Me» и перехода на собственную площадку: в апреле 2010 появляется «The Village», в 2011-м из блога LAD на Look At Me появился мужской интернет-журнал Furfur, в 2012-м запустился сайт для предпринимателей Hopes & Fears, а в 2013-м раздел «Мода» перерос в журнал для девушек Wonderzine.

«Демонстрировать возможности, показывать, как можно улучшать жизнь и декорации вокруг себя, – основная профессия создателей компании Look atme Media Василия Эсманова, Алексея Аметова и Екатерины Базилевской. За их основное детище, портал о культуре для молодежи Lookatme.ru, выросший из маленького блога в вестник для всех продвинутых людей, блог о городской жизни The Village и другие проекты, тройцу прозвали законодателями мод, отцами «хипстеров»» - пишет о них Slon.ru (*Клуб 33. Основатели Lookatme: «Все, что мы хотели, – чтобы парням говорили правду хриплым голосом»*: [http://slon.ru/club33/lookatme\\_klub\\_33-803537.xhtml](http://slon.ru/club33/lookatme_klub_33-803537.xhtml)). И действительно, аудиторию проектов «Look At Media» описать несложно – это молодые и в большинстве своем платежеспособные люди, которым не все равно, как жить, и которые готовы работать над своим образом жизни и менять мир вокруг к лучшему.

Проект Интернет-издания о городе «The Village» - родился из шутки, когда коллеги и соучредители «LAM» обсуждали недостатки московского городского журнала «Большой город», Аметов пошутил,

что на самом деле Москва – никакой не большой город, а деревня. Отсюда взялось и название нового проекта «The Village» - с англ. «Деревня».

На начальном этапе планировалось выпускать и печатную версию газеты, но от идеи отказались, придя к выводу, что «TheVillage - тот тип медиа и коммуникации, который должен существовать именно в сети. Это площадка мнений, проектов, экспериментов, сервисов - бумажный лист для этого не подходит просто по своим физическим параметрам» (*После закрытия Афиша и TimeOut ниша осталась без конкурентов: <http://www.advertology.ru/article97749.htm>*).

В июле 2014 года «The Village» был объединен с сайтом о предпринимательстве и малом бизнесе «Hopes&Fears» и перестал быть городским медиа, превратившись в «газету о городах».

Сами о себе в разделе «Мы пишем о комфортном городе, широко трактуя это понятие: удобство жизни в мегаполисе зависит одновременно и от глобальных градостроительных инициатив, и от количества мест, где можно выпить хороший кофе. Поэтому на страницах TheVillage интервью с чиновниками соседствуют с обзорами кафе или баров» (*После закрытия Афиша и TimeOut ниша осталась без конкурентов: <http://www.advertology.ru/article97749.htm>*).

Редакция «TheVillage» имеет три подразделения: московское, киевское и петербургское. В начале 2011 года запустилась полноценная версия петербургского «TheVillage». Стоит упомянуть, что «The Village» появился в Петербурге практически синхронно с закрытием петербургских представительств двух печатных изданий – «Афиша» и «Большой город» что не могло не повлиять на развитие интернет-газеты.

13 сентября 2013 года «TheVillage» объявила о закрытии киевской редакции. В редакционном письме говорилось следующее: «Медиахолдинг Look At Media меняет стратегию присутствия в Украине: киевская редакция The Village станет более компактной. Кроме того, в крупных городах Украины будет создана сеть собственных корреспондентов. Теперь издание будет меньше концентрироваться на Киеве и больше — на Одессе, Львове, Харькове, Мариуполе и других городах» (Городская интернет-газета The Village реорганизует киевскую редакцию: [http://www.the-village.ru/village/city/city/131725-gorodskaya-gazeta-the-village-reorganizuet-kievskuyu-redaktsiyu?utm\\_source=feed&utm\\_medium=posts&utm\\_content=link](http://www.the-village.ru/village/city/city/131725-gorodskaya-gazeta-the-village-reorganizuet-kievskuyu-redaktsiyu?utm_source=feed&utm_medium=posts&utm_content=link)).

Позже один из главных редакторов Игорь Садреев прокомментирует это событие так: «Мы с киевской редакцией оказались по разные стороны баррикад. Мы издание вроде бы одно, но при этом ребята там не понимают, что делает Россия, и мне с ними было очень сложно делать один сайт. Это был очень жёсткий момент. Когда

начался Евромайдан, The Village ещё работал в Киеве. То, что киевская редакция должна была транслировать для своей аудитории, уже тогда шло вразрез с тем, что хотела видеть российская аудитория. Когда киевская редакция закрылась, стало проще: я сейчас не представляю, как можно было бы иметь полноценную украинскую редакцию в рамках одного бренда.»Хотя редактор лишний раз подтверждает избегание остро-политических материалов.

Головной офис находится в Москве. В 2010 году в редакции работало всего несколько человек, и четкого разделения обязанностей не было. Сегодня там работает 17 человек. В газете выстроена простая редакционная структура, в которой есть своя фотослужба, арт-департамент, дизайнеры, редакторы рубрик, шеф-редакторы.

На своём сайте редакция подчёркивает, что не принадлежит крупным финансово-промышленным группам и не имеет государственного участия.

За всё время своего существования газета сменила трёх главных редакторов: Сергея Пойдо, который запускал издание и возглавлял его с 2010 по 2011 год, Игоря Садреева (2011–2014) и Милослава Чемоданова (2014–2015). На данный момент издание возглавляет Юрий Болотов.

## **Аудитория**

Ядро целевой аудитории – мужчины и женщины в возрасте от 25 до 34 лет. Современные и активные жители мегаполисов, добившиеся определённых успехов – строят карьеру или открыли своё дело. Неравнодушны к тому, что происходит в городе: следят за новыми инициативами, участвуют в общественной жизни и перенимают полезный зарубежный опыт. Интересуются отечественной культурой, ведут активный образ жизни, имеют широкий круг общения.

Статистика аудитории:

По данным маркетинговых исследований проводимыми изданием и сервисом Google Analytics:

38% аудитории имеют доход выше среднего

69% заходят на сайт более 3-х раз в неделю

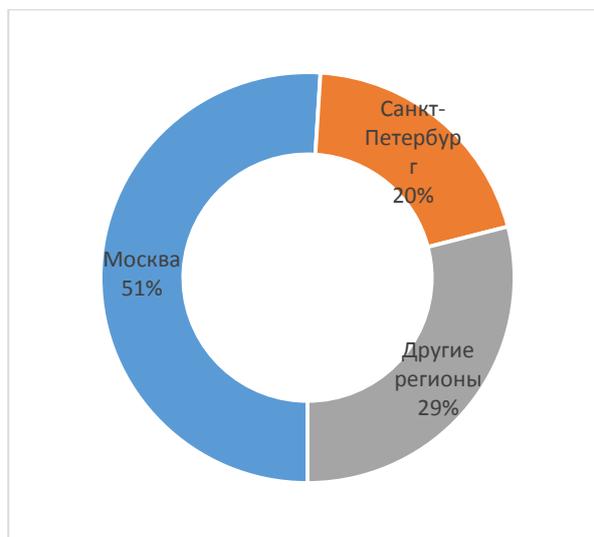
5 мин в среднем проводят на сайте

3 252 490 составляет ежемесячная уникальная аудитория

Как и большинство Интернет-изданий, The Village имеет собственные сообщества в социальных сетях. Наиболее многочисленное из них – группа в ВКонтакте, в которой на сегодняшний день 246 700 подписчиков, так же 295 858 подписчиков в Facebook, читателей в 257 000 Twitter.

Большинство пользователей читают газету с планшета. По гендерным характеристикам читателей равные доли. По

географической локализации преобладают жители столичных регионов:



#### Реклама:

The Village обладает широкими рекламными возможностями, благодаря принадлежности к LAM. Используются не только баннеры, но и различные спецпроекты, такие как:

#### Нативная реклама

- одна тема между брендом и сайтом
- один материал или серия
- эксклюзивный новый контент
- брендинг
- реклама на все платформы;

Сформировавшиеся виды нативной рекламы на площадке The Village: «В фокусе» в формате эксперимента и фотосъёмки (отлично подходит для FASHION/BEAUTY продуктов) и «Эксперт» в формате лонгрид (отлично подходит для товаров повседневного спроса или нематериальных продуктов).

Например, материал «Эксперимент: Что купят на 5000 рублей дети и взрослые в самом большом детском магазине» рекламирует детские товары и ЦДМ. В этом же материале использовалась баннер и брендование.

Издание стремится к тому, чтобы реклама на сайте была этичной, корректной и эффективной. Все рекламируемые товары и услуги не расходятся с содержательным наполнением издания.

The Village прямо заявляет, что не используют скрытую рекламу и не дают свои рекламодателям пиар-бонусы, полностью разграничивая работу отдела продаж и спецпроектов и работу рекламы. Редакция не занимается коммерческими проектами, все спецпроекты чётко маркируются и ими занимается отдельная команда.

## Разделы и рубрики сайта

Сайт «The Village» имеет четкую структуру разделов и рубрик. Все материалы на сайте распределяются по разделам, название потока указывается в заголовке или обложке материала. Всего на сайте есть семь разделов: «Город», «Люди», «Бизнес», «Еда», «Развлечения», «Стиль», «Дети».

Город: «Истории», «Где ты живешь», «Дизайн интерьера», «Внутренняя эмиграция», «Инфографика», «Интервью», «Есть вопрос». В рубрике фиксируется всё новое, что происходит в Москве, Петербурге и Киеве. Транспорт и общественные пространства, архитектура и инфраструктура, новые места и события.

Люди: «Люди в городе», «Личный опыт», «Как все устроено», «Эксперимент», «Что нового», «Этика». В этой рубрике редакция общается с наиболее интересными жителями мегаполиса.

Бизнес - «Истории», «Личный опыт», «Бери и делай», «Производственный процесс», «Поехали», «Инфографика и карты»

Еда - «Открытия недели», «Место», «Эксперимент», «Гиды и вопросы», «Интервью и материалы о людях в индустрии»

Развлечения - «Планы на выходные», «Фильмы недели», «Глядим оба и другие эксперименты», «Гиды», «Разбор феноменов», «Новые знания».

Стиль - «Скидки недели», «Съемки», «Квартира недели», «Гиды», «Новые места и сервисы», «Личный опыт и эксперименты». Рубрика о моде как образе жизни современного горожанина - магазины и распродажи, вещи недели и интересные находки. Значительная часть материалов посвящена городским сервисам:

Дети - «Детский вопрос», «Эксперименты», «Гиды», «Личный опыт».

26 апреля 2016 года интернет-издание The Village обновило рубрики на сайте. Появился новый раздел «Дети», а из «Города» выделили раздел «Люди». В разделе «Дети» можно найти интервью с детскими врачами, а также информацию о досуге с детьми в Москве и том, как город приспособлен для детей. В раздел «Люди» попали рубрики «Люди в городе», «Что нового», «Личный опыт», «Как всё устроено» и другие темы, связанные в большей степени с людьми, а не с городской инфраструктурой. Раздел Weekend переименовали в «Развлечения». Статьи раздела «Дом» переместились в «Стиль», который посвящен образу жизни в целом. «Новости» теперь можно найти по ссылке слева, а не наверху, как было ранее.

Издание регулярно обновляется и развивается, в чём, разумеется, помогает широчайший набор ресурсов как технических, так и творческих компании Look At Media.

Также отметим, большая часть журналистских материалов в интернет-газете «The Village» выходит в рамках каких-либо постоянных рубрик, что говорит о четком понимании того, что хочет выпускать газета.

### Тематика публикаций

Количество материалов по разделам на сайте «The Village» распределяется неравномерно. Чтобы выявить основные тематические ориентиры издания, мы провели количественный анализ публикаций на основании их тематики.

Публикации в новостной ленте и в основных разделах сайта мы будем рассматривать по отдельности, так как их характер сильно различается хотя бы в силу своего формата и способа представления.

Тематика новостей, публикуемых на «The Village»	
Тема	Количество публикаций на тему
Социальная сфера	30
Культура	45
Развлечения, досуг	66
Погода	2
Экология	3
Туризм	10
Покупки, магазины и услуги	24
Транспорт	42
Политика	31
Изменения в законодательстве	12
Местный спорт	5
ЖКХ	2
Интернет и технологии	43
Преступления и судебные решения	46
Экономика	29
Городская среда	27
ЧП	5
Строительство и реконструкции	23

Мы изучили содержание 445 новостных публикации за май 2016 года. Анализ показал, что больше всего новостей за этот период посвящено проблемам, напрямую связанных с жизнью города, а именно досугу: открытие новых заведений, анонсы фестивалей, популярных выставок, выход новых сериалов и фильмов (например, «В Музее и парке Горького начинаются бесплатные занятия йогой»).

Не менее приоритетными оказались новости, касающиеся развития транспорта, дорожной инфраструктуры, чаще всего это информация об остановке движения в том или ином участке города («На садовом кольце ограничено движение из-за велопарада», «Водителям маршруток запретили ездить быстрее 60 километров в час»).

В ходе исследования мы выявили тенденцию очевидно возрастающей роли новостей на тему жизни в Интернете, в основном социальным сетям, месенджерам и приложениям («Из-за кризиса россияне стали чаще пользоваться пиратским ПО», «В России появилась национальная криптовалюта», «Google назвал лучшие приложения для Android за 2016 год»). Наглядно, что за месяц работы интернет-газеты на сайте было опубликовано 66 текстов на тему досуга и развлечений и 58 на тему законодательства и судопроизводства.

Следует отметить, что редакция никак не разграничивает публикации по степени их важности: новость о новых супермаркетах в ленте выглядит также, как и новость о принятии закона, запрещающего иностранным парам усыновлять российских детей. Это говорит о том, что редакция не делает акцент на характере публикаций, равно как и не создает дополнительного выделения знаками восклицания.

Высока доля публикаций про культурную сферу социума. За месяц было опубликовано 45 статей, из чего можно заключить, что интеллектуальная составляющая жизни интересует пользователей почти также сильно, как и политика. Однако практически такое же количество материалов размещено на сайте интернет-газеты про современные технологии в сфере IT и науки («РОСИЗО и Центр современного искусства объединяют»).

В то же время внимание читателей привлекают материалы о преступлениях и судебных разбирательствах, всего за месяц было опубликовано 46 текстов на данные темы. Преступления носят в 90% случаях экономический характер, так же за данный период во многих новостях фигурируют фамилии Навального и Полонского. В ряду этого насчитывается много новостей о событиях, произошедших на Хованском кладбище. В целом публикации носили следующий характер: «Арестован не признавший вину фигурант дела о драке на Хованском кладбище», «В Москве заочно арестовали подельников Полонского», «Суд вернул иск застройщиков к защитникам парка «Дубки»», «Фигурант «списка Магнитского» заявил о возбуждении дела против Навального».

Всё чаще публикуются тексты, в которых появляются предложения какого-либо закона (на социальные и просто привлекающие внимания темы). В интернет-издании можно было увидеть такие заголовки, как «Правительство одобрило законопроект об ограничении выезда Россиян за границу».

Высока доля социально направленных публикаций: «Повторную индексацию пенсий отложили на 2016 год», «В России зафиксирован пик безработицы и преступности». В течение месяца было опубликовано 30 материалов.

Следует отметить, что важной группой текстов являются статьи, посвященные городской среде. Их насчитывается 27: «На территории

ЗИЛа появятся парк и зелёная улица»

Туризм – «Россияне начали терять интерес к поездкам в Крым».

Сейчас также в связи с ухудшением экономической ситуации в России и кризисной обстановкой в политике и экономике, новости стали носить как внешне -, так и внутреннеполитический характер: «Депутат Единой России из «Панамского архива» отказался от участия в выборах», «Оппозиция передала заявку на митинг 13 июля», «Евросоюз собирается продлить санкции против России ещё на полгода». В общей сложности на эти темы в разных вариациях за месяц редакция опубликовала 60 текстов.

В свете выше сказанного мы не могли упустить из виду, что за месяц на странице сайта практически не затрагивались такие темы как ЖКХ и местный спорт.

Мы считаем, что это связано с тем, что эти направления приоритетно освещаются печатными городскими СМИ.

Также недостаточно затронута тема экологии, впрочем, в некоторых статьях, относительно городской среды вопросы экологической ситуации в городе и мире периодически поднимались, но никогда не выносились в главную тему и заголовок.

Тематика материалов по разделам The Village: Город, Бизнес, стиль, Еда, Дом, Развлечения	
Тема	Количество публикаций
Развлечение, досуг	40
Обустройство дома, офиса	9
Еда	24
Покупки и услуги	16
Политика	0
Актуальные общественные проблемы	7
Малый бизнес, общественные инициативы	26
Опыт других городов	2
Горожане	14
Транспорт	3
Городская среда	15
Дети	15
Другое	12

Количественный анализ материалов, опубликованных на «The Village» за май-июнь 2016 года обозначил основные тематические ориентиры издания: это, прежде всего, развлечения и досуг, представленные материалами следующего характера: «18 концертов и фестивалей лета в Москве»,

Очевиден акцент на формирование у аудитории мотивации менять мир вокруг себя, об этом свидетельствует большое количество

публикаций на тему малого бизнеса и общественных инициатив.

Также, возможно, сказывается тот факт, что произошло объединение с журналом о предпринимательстве «Hopes&Fears» (например, «Москва-Дели: как открыть настоящий вегетарианский ресторан и остаться «местом для своих»»).

Темы еды, покупок и услуг идут следом, отвечая запросу современного общества консюмеризма. «Где есть мясо в Москве», «Всё что нужно знать о гриле и шашлыках», «Кафе «Дринкит» на 2-й Звенигородской улице».

Обустройство дома «Что нужно знать о ремонте санузла», «Квартира с библиотекой в старом доме в центре Москвы».

Далее следуют публикации на тему городской среды, которые по своему количеству равны публикациям на тему детей.

«Демонтаж ГЭС-2: Как электростанцию у «Красного Октября» превращают в культурное пространство», «Лето в городе: что ждёт москвичей в столичных парках».

И материалы про жителей города, их стало больше и разнообразнее, видимо в связи с недавним выделением целого раздела «Люди»: «Путин у власти всю мою жизнь», «Лучше бы Малафеева увековечили»: жители Петербурга о мосте Ахмата Кадырова».

Можно отметить, что активно выпускаются материалы из новой рубрики «Дети». Возможно активность и количество связано именно со стремлением заполнить рубрику и привлечь новую потенциальную аудиторию в лице матерей и родителей.

Как ни странно, тема общественных проблемы имеют достаточно мало публикаций. Тем не менее, обстоятельные журналистские материалы на серьезные темы на сайте «The Village» нельзя назвать редкостью.

Примечательно, что тема политики за данный период не была затронута ни одной статьей. Можно сделать вывод, что издание сознательно обходит эту тему, дабы не встать в один ряд с многочисленными СМИ, каждый день публикующими материалы по этой теме. Так же следует отметить, что в отличие от раздела новостей, здесь уже практически не затрагиваются тематика, делая акцент именно на городской жизни. За период май-июнь вышел лишь один материал на актуальную в городе тему «Без «Б». Обречён ли московский троллейбус»

Сделаем предварительные выводы о контенте, работе редакции и аудитории.

1. Направленность, содержание:
  - рецензии и анонсы культурных событий города;
  - интервью с успешными предпринимателями (малого бизнеса), музыкантами, художниками, режиссерами и другими

деятелями культуры посетившими или проживающими на одной территории с изданием

- истории жизни интересных людей (жителей города или иностранцев, переехавших в этот город)
- тревел-гиды по альтернативным направлениям
- яркие политические события России и мира
- фоторепортажи
- громкие события социальных сетей: ВКонтакте, Facebook, Google+ и тд.

- исследования
- обзоры кино, музыки
- практические советы (в разных категориях)

## 2. Организация работы:

В среднем, на сайте публикуется 10-20 новых статей в день. Так же обязательно практикуется публикация в социальных сетях одних и тех же статей.

## 3. Целевая аудитория:

Жители городов 25-34 лет

4. Редакция: от 3 до 15 человек.

## 5. Социальные сети

Издание имеет страничку в социальных сетях «ВКонтакте» «Facebook» «Twitter»

Сайт имеет удобную навигацию, приятный, лаконичный интерфейс. Рубрик не так много. Статьи строго отвечают заданной теме.

Большое внимание уделяется внешнему виду дизайну издания.

## 6. Реклама

В городской интернет-газете, реклама является неотъемлемой частью контента. Спецпроекты так же полезно и интересно читать, как и не рекламные статьи. Городская интернет-газете делает упор на Digital-рекламу, контентные спецпроекты, нативную рекламу; баннерная реклама становится нерентабельна, хоть и реализуется всеми изданиями до сих пор. Нерентабельна она в том числе и по той причине, что всё больше интернет-пользователей используют такие расширения и приложения как «Adblock» и «Adblock Plus» и прочие программы по блокировке рекламы в интернете.

Ввиду этого, нативная же реклама имеет множество преимуществ:

- воспринимается как часть контента сайта, не идентифицируется пользователями как реклама и поэтому не вызывает отторжения;
- учитывает особенности площадки и находится в контексте интересов пользователя;

- имеет больше шансов на вирусное распространение в социальных сетях;
- обладает высоким уровнем вовлеченности и иммунитетом к «баннерной слепоте»;
- не имеет конкурентного окружения;
- нативную рекламу нельзя заблокировать;
- даёт дополнительный трафик.

### Выводы

Городская интернет газета - это вид локального средства массовой информации, реализующий свои функции в интернет-пространстве. Для интернет-газеты характерно: охват молодежной аудитории, ориентированность на креативный класс, высокая вовлеченность аудитории, восприимчивость к рекламе, развлекательный контент, географическая гибкость, мониторинг и аналитика. А также развитие бренда территории, и как следствие возврат и удержание человеческого капитала.

В работе приведена интересная авторская статистика контента издания, изучается рекламная политика издания, даются сведения статистики порталов об аудитории, сделана попытка указать на ценности креативного класса, исходя из контента издания.

Типологизирующие признаки позволяют отличать городскую Интернет-газету от новостного интернет-сайта или популярного блога, а также от Интернет-версии печатного СМИ. Исследование выводит авторов к разговору о месте изучаемых газет среди новых медиа и к феномену новых медиа. Замечательным оказывается обращение к урбанистике как возможности описания ценностных характеристик современного горожанина.

Представлено законченное исследование, где сделана попытка характеристики нового феномена в журналистике наших дней. Работа несвободна от недостатков – к ним, по мнению первых критиков, относятся, скажем, излишняя описательность Интернет-газеты, неясный, особенно в российских условиях, термин «креативный класс», недоговоренность на темы урбанистики и, самое главное, неубедительность типологического выделения. Но эти недостатки искупаются желанием свободно размышлять на интересную, оригинальную тему на большом и новом фактическом материале.

---

#### Список литературы:

- Амзин А. и др. Как новые медиа изменили журналистику / под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. — Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. — 304 с.

---

*Коммуникация* в социально-гуманитарном знании, экономике, образовании. Организационная коммуникация-2016 / Ред. О.В. Терещенко. Минск: БГЛУ, 2016. – 435 с.

---

*Александр Борисович Бушев* – доктор филологических наук, профессор кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью Тверского государственного университета (г. Тверь)

*Яна Иванова* – бакалавр журналистики (г. Тверь).

ЕВГЕНИЯ ЗДЕСЕНКО

[eug.zdesencko@yandex.ru](mailto:eug.zdesencko@yandex.ru)

## ДИСКУРСИВНЫЕ СТРАТЕГИИ СОЦИАЛЬНОЙ И КОММЕРЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ

**Ц**ель любого рекламного сообщения – убедить и повлиять. Однако для каждого вида рекламы она конкретизируется: коммерческая реклама убеждает приобрести товар, социальная – изменить свое поведение. Соответственно, дискурсивные стратегии, избранные создателями рекламных сообщений для решения своих конкретных коммуникативных задач, должны иметь свою специфику.

Под дискурсивной стратегией (Клюев, 1998) мы понимаем совокупность запланированных говорящим заранее и реализуемых в ходе коммуникативного акта теоретических ходов, направленных на достижение коммуникативной цели. Дискурсивная стратегия – это проективное концептуальное видение субъектом определенного социального института своего дискурсивного поведения, основанное на осознании путей оптимального достижения цели в условиях социальной интеракции и способов их выражения в конкретных языковых средствах (Димова, 2004: 7).

Итак, дискурсивная стратегия – это достижение поставленной цели посредством особого выстраивания дискурса с использованием при этом максимально оправданных, оптимальных, эффективных средств.

Мы провели исследование, в котором изучили 56 примеров (29 – коммерческой, 27 – социальной) печатной рекламы. Проанализировав речевые акты, контексты, невербальные компоненты, цели и предметную область дискурса каждого из примеров, мы составили классификацию дискурсивных стратегий, среди которых выделили три основные: самопрезентация, диалог, мотивация. Рассмотрим подробно каждую из них.

### Самопрезентация (мы говорим о себе)

В основном, в данной стратегии реализуется дескриптивная цель – построение дискурса относительно объективного положения вещей. Однако эту стратегию вряд ли можно было бы назвать «самопрезентацией», если бы в ее рамках не преследовалась и интерпретативная целеустановка. В такой стратегии коммуникатор

использует специально подобранные речевые акты и языковые средства для создания определенных смыслов, которые уже и интерпретирует реципиент. Так, в тексте используются в основном прямые или косвенные ассертивы или комиссивы. Предметная область в стратегии самопрезентации включает в себя физические и психические объекты.

Примеры, наглядно демонстрирующие применение этой стратегии в рекламном тексте, в основном относятся к коммерческой рекламе. Так, например, в рекламной серии кофе Jacobs (Рис. 1) стратегия самопрезентации проявляется уже в визуальной составляющей.

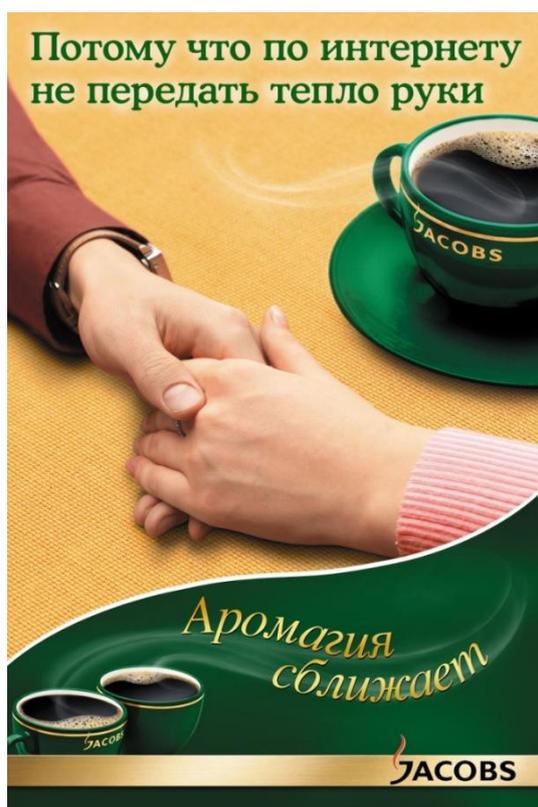


Рис.1. Реклама кофе Jacobs

На изображении два типа объекта: физический – чашка кофе, психический – соприкосновение рук. Цель данной рекламы – создать впечатление тепла и уюта, чтобы через этот эффект создать положительный образ компании. Это аудитория интерпретирует не только по визуальному контексту. Сопровождающий текст тоже расставляет нужные акценты. Фразу «Аромагия сближает» можно определить как косвенный комиссив, внушающий что, выпив чашку кофе, обязательно сблизитесь со своим собеседником.

Как ни удивительно, но стратегия самопрезентации присутствует в социальной рекламе. Однако в данном случае она обладает своей спецификой. А чаще всего – такую стратегию можно было бы даже назвать антисамопрезентацией или антипрезентацией негативного объекта. Тем не менее, по перечисленным признакам (цель,

предметная область, речевые акты и контекст) мы объединили ее именно с первым типом дискурсивной стратегии, а не выделили отдельным пунктом.

Так, примером, демонстрирующим использование стратегии самопрезентации в социальной рекламе, можно считать серию о поведении в общественном транспорте компании RATP (Рис. 2).

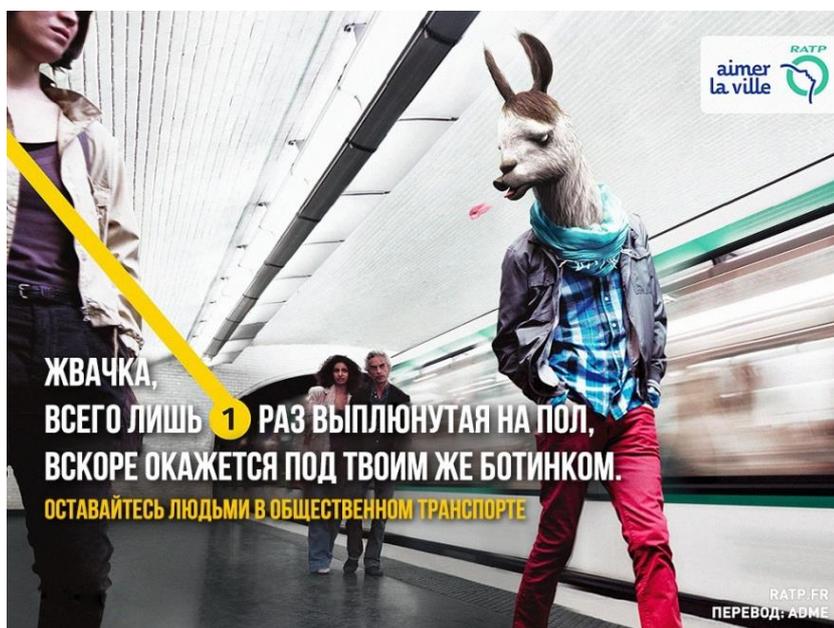


Рис.2. Реклама о поведении в общественном транспорте компании RATP

В этой рекламной кампании в качестве негативных героев выступают животные (под которыми соответственно подразумеваются люди), нарушающие нормы поведения в транспорте. Цель такой рекламы – показать, как делать не нужно, действовать методом «от противного». Достигается она за счет используемых психических (плевок – нарушение правил, животное – нечеловеческое поведение) и физических (метро, люди) объектов, а также прямых комиссивов: «Жвачка, всего лишь раз выплюнутая на пол, вскоре окажется под твоим же ботинком».

### Диалог (мы говорим с вами)

На основе изученного материала мы можем сделать вывод, что используя стратегию диалога, чаще всего коммуникатор преследует две цели: прогнозирование (построение дискурса относительно будущего положения вещей) и нормирование (построение дискурса относительно идеального или желаемого положения вещей).

В предметную область включены социальные, психические, реже – физические объекты. А если говорить об используемых речевых актах, то для этой стратегии характерно использование директивов в форме вопроса:

- «Какая карточка важнее?»;
- «Все равно?!»;
- «Родите ли?»;
- «А ТЫ вырастил дерево, чтобы его ломать?».

При этом языковые средства подбираются таким образом, что создается эффект личного обращения к каждому человеку, и предполагает дальнейшую беседу или, как минимум, ответ на поставленный вопрос.

Приведенные выше в качестве примеров речевые акты взяты из текста социальной рекламы. В коммерческой рекламе также используются директивы, и чаще – косвенные. Более того, здесь аудитории часто предлагается решение определенной проблемы или продукт, который поможет эту проблему решить:

- «Dreaming of a holiday?» (что можно интерпретировать следующим образом: «Мечтаете о каникулах? Обратитесь в нашу турфирму, мы поможем»);
- «Расправьте крылья» («летайте» по интернету с нашим планшетом);
- «Платите меньше за свои слова» (Tele2 поможет вам в этом);
- «Как всегда быть на связи?» (знает Мегафон).

### **Мотивация (мы даем вам стимул)**

Цели стратегии мотивации: нормирование и интерпретирование. Коммуникатор строит текст таким образом, чтобы аудитория правильно восприняла и осмыслила передаваемую информацию, после чего поступила соответствующим образом, приняла определенное решение по поводу своих дальнейших действий. Проще говоря, аудитория получает стимул, заложенный в рекламное сообщение адресантом. Для этого используются в основном психические объекты.

Эта стратегия довольно часто встречается в социальной рекламе. Стимул к дальнейшему действию (или наоборот к его прекращению) в этом виде рекламы обычно завуалирован в визуальных образах: высыхающие леса в виде легких мотивируют следить за экологией природы и свести до минимума вырубку деревьев, кегли на пешеходном переходе напоминают водителям о необходимости снизить скорость.

Однако не только визуальный компонент является стимулом, изображение подкрепляется косвенными ассертивами или прямыми директивами:

- «Мужской журнал не делает тебя мужчиной»;
- «Борода не делает тебя мужчиной»;
- «Don't talk while you drive»;

- «Stop the abuse».

В коммерческой рекламе психические объекты часто используются совместно с физическими, а мотивация выражается непосредственно в рекламном слогане:

- «Будь в тонусе»;
- «Будущее зависит от тебя»;
- «Живи на яркой стороне»;
- «Управляй мечтой».

Таким образом, все проанализированные примеры социальной и коммерческой рекламы могут наглядно продемонстрировать три типа дискурсивных стратегий: самопрезентации, диалога и мотивации. Идентифицировать каждую из них можно, опираясь на используемые речевые акты, невербальные компоненты, цели и предметную область дискурса. Стоит отметить, что дискурсивная стратегия строится с учетом ряда контекстов, которые позволяют полностью раскрыть картину замысла автора сообщения.

От поставленных коммуникативных задач зависит и выбор средств, а именно использование прямых (в которых содержание сообщения совпадает с формой выражения и не меняет смысла в определенном контексте) и косвенных (содержащими противоречие между произносимым и понимаемым) речевых актов в тексте рекламного сообщения.

Социальная реклама призвана решать следующие задачи: привлечение внимания к проблеме, мотивация к действию, изменение поведения. В рамках этого типа рекламы в первую очередь в предметную область входят психические и социальные объекты. Соответственно, для социальной рекламы характерно использование стратегии диалога и мотивации. Однако и самопрезентация (чаще употребляемая с приставкой «анти-») также реализуется в некоторых изученных примерах социальной рекламы.

Коммерческая реклама нацелена на потребителей, соответственно такая реклама стремится продать товар или создать и поддержать имидж компании. И, в первую очередь, для этого типа рекламы характерно использование стратегии самопрезентации. Также в коммерческой рекламе часто предлагается решение определенной проблемы, а значит, используется стратегия диалога. Стратегия мотивации реже встречается в рекламе товаров и услуг, однако если используется – то в имиджевой рекламе.

---

#### **Список литературы:**

- Димова Г.В.* Основные стратегии французского университетского педагогического дискурса: дисс. ... канд. филол. наук: спец. 10.02.05 / Димова Галина Викторовна. – Иркутск, 2004. – 343 с.

- Клюев Е.В.* Речевая коммуникация: Учеб. пособие для университетов и вузов. М.: ПРИОР, 1998. 224 с.
- Серль, Дж. Р.* Классификация иллокутивных актов(170-194); Косвенные речевые акты (195-222); Что такое речевой акт (151-169) // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып.17: Теория речевых актов. М., 1986.

---

*Евгения Юрьевна Здесенко* – магистрант кафедры коммуникативистики, рекламы и связей с общественностью Белгородского государственного национального исследовательского университета (г. Белгород).