



ВЕСТНИК РОССИЙСКОГО УНИВЕРСИТЕТА ДРУЖБЫ НАРОДОВ. СЕРИЯ: ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЕ. ЖУРНАЛИСТИКА

2023 Том 28 № 1

DOI 10.22363/2312-9220-2023-28-1
<http://journals.rudn.ru/literary-criticism>

Научный журнал
Издается с 1996 г.

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

Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77-61204 от 30.03.2015 г.

Учредитель: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Российский университет дружбы народов»

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР

Коваленко А.Г., доктор филологических наук, профессор, Российский университет дружбы народов, Москва, Россия
E-mail: kovalenko-ag@rudn.ru

ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА

Волкова И.И., доктор филологических наук, профессор, Российский университет дружбы народов, Москва, Россия
E-mail: volkova-ii@rudn.ru

ОТВЕТСТВЕННЫЙ СЕКРЕТАРЬ

Маркова Е.А., кандидат филологических наук, старший научный сотрудник, Институт мировой литературы имени А.М. Горького Российской академии наук, ассистент, Российский университет дружбы народов, Москва, Россия
E-mail: glazkova1992@gmail.com

ЧЛЕНЫ РЕДАКЦИОННОЙ КОЛЛЕГИИ

Базанова А.Е., кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и истории журналистики, Российский университет дружбы народов, Москва, Россия

Борхес-Рей Э., доктор в сфере медиакоммуникаций, адъюнкт-профессор по программе журналистики, Северо-Западный университет в Катаре, Доха, Катар

Голубков М.М., доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой истории новейшей русской литературы и современного литературного процесса, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Москва, Россия

Дрок Н., PhD, профессор, президент Европейской ассоциации преподавателей журналистики (ЕЈТА), заместитель председателя Всемирного совета по журналистскому образованию (WJEC), профессор школы медиа, Университет прикладных наук Виндсхайма, Зволле, Нидерланды

Жаккар Ж.-Ф., профессор кафедры средиземноморских, славянских и восточных языков и литератур, Женевский университет, Женева, Швейцария

Желтухина М.Р., доктор филологических наук, профессор кафедры английской филологии, Волгоградский государственный социально-педагогический университет, Волгоград, Россия

Киссель В.С., ведущий научный сотрудник международной лаборатории изучения российского и европейского интеллектуального диалога, профессор восточноевропейской литературы и культуры, Бременский университет, Бремен, Германия

Кихней Л.Г., доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой истории журналистики и литературы, Институт международного права и экономики имени А.С. Грибоедова, Москва, Россия

Лободенко Л.К., доктор филологических наук, профессор, директор Института медиа и социально-гуманитарных наук, профессор кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью, Южно-Уральский государственный университет, Челябинск, Россия

Меррилл Дж., PhD, профессор русского языка, Университет штата Мичиган, Ист Лэнсинг, США

Панасенко Н., доктор филологических наук, профессор кафедры языковой коммуникации, факультет массмедиакоммуникации, Университет Св. Кирилла и Мефодия в Трнаве, Трнава, Словакия

Саймонс Г.Дж., PhD, профессор, адъюнкт-профессор департамента государственного управления, научный сотрудник Института исследований России и Евразии, Университет Упсалы, Упсала, Швеция

Сколари К., доктор лингвистики и коммуникаций, профессор, адъюнкт-профессор факультета медиакоммуникаций, Университет Помпеу Фабра, Барселона, Испания

Тилак Г., PhD, доктор литературы, доктор менеджмента, профессор, декан факультета современных наук и профессиональных навыков, профессор департамента массовых коммуникаций, Университет Тилак Махараштра Видьяпигт, Пуна, Махараштра, Индия

Флейшман Л., профессор кафедры славянских языков и литературы, Стэнфордский университет, Стэнфорд, США

Шилина М.Г., доктор филологических наук, профессор кафедры рекламы, связей с общественностью и дизайна, Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, Москва, Россия

ВЕСТНИК РОССИЙСКОГО УНИВЕРСИТЕТА ДРУЖБЫ НАРОДОВ.
СЕРИЯ: ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЕ. ЖУРНАЛИСТИКА

ISSN 2312-9220 (Print); ISSN 2312-9247 (Online)

4 выпуска в год (ежеквартально).

Языки: русский, английский.

Входит в перечень рецензируемых научных изданий ВАК РФ.

Материалы журнала индексируются в международных реферативных и полнотекстовых базах данных: РИНЦ Научной электронной библиотеки (НЭБ), Scopus, DOAJ, Google Scholar, Ulrich's Periodical Directory, Cyberleninka, WorldCat, East View, Dimensions.

Цели и тематика

Журнал «Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика» – периодическое научное издание в области филологических исследований. Международный состав редакционной коллегии и экспертного совета обеспечивает отбор, рецензирование и публикацию авторских материалов на русском и английском языках представителей различных научных школ и регионов мира.

Цели журнала – осуществление научного обмена и сотрудничества между российскими и зарубежными литературоведами и журналистами, а также специалистами смежных областей, публикация результатов оригинальных научных исследований по широкому кругу актуальных проблем междисциплинарного характера, касающихся литературоведения и журналистики, освещение научной деятельности профессионального научного сообщества. Приоритетными направлениями журнала являются история русской и зарубежной литературы, теория литературы, история и теория журналистики, средства массовой коммуникации и средства массовой информации, реклама, связи с общественностью России и зарубежных стран. Особый акцент делается на междисциплинарные исследования.

Одна из задач журнала – знакомить читателей с новейшими направлениями и теориями в области литературоведческих и медиаведческих исследований, рекламы и связей с общественностью, разрабатываемыми как в России, так и за рубежом, и их практическим применением.

Основные рубрики журнала: «Литературоведение», «Журналистика».

Принимаются материалы, соответствующие следующим специальностям номенклатуры ВАК: 5.9.1. Русская литература и литературы народов Российской Федерации, 5.9.2. Литературы народов мира, 5.9.3. Теория литературы, 5.9.4. Фольклористика, 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика.

Кроме научных статей публикуется хроника научной жизни, включающая рецензии, обзоры, информацию о конференциях, научных проектах и т. д.

Редакционная коллегия журнала приглашает литературоведов и специалистов в области средств массовой информации и массовой коммуникации, рекламы и связей с общественностью, работающих в русле вышеуказанных направлений, к участию в подготовке специальных тематических выпусков.

Правила оформления статей, архив и дополнительная информация размещены на сайте <http://journals.rudn.ru/literary-criticism>

Электронный адрес редакции журнала: litj@rudn.ru

Редактор *Ю.А. Заикина*

Редакторы англоязычных текстов *Н.В. Рабкина, О.В. Спачиль*
Компьютерная верстка *Ю.А. Заикиной*

Адрес редакции:

Российская Федерация, 115419, Москва, ул. Орджоникидзе, д. 3
Тел.: +7 (495) 955-07-16; e-mail: publishing@rudn.ru

Адрес редакционной коллегии журнала:

Российская Федерация, 117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 10, корп. 2
Тел.: +7 (495) 433-70-22; e-mail: litjournalrudn@rudn.ru

Подписано в печать 24.03.2023. Выход в свет 31.03.2023. Формат 70×108/16.

Бумага офсетная. Печать офсетная. Гарнитура «Times New Roman».

Усл. печ. л. 16,80. Тираж 500 экз. Заказ № 36. Цена свободная.

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов»
Российская Федерация, 117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6

Отпечатано в типографии ИПК РУДН
Российская Федерация, 115419, Москва, ул. Орджоникидзе, д. 3
Тел. +7 (495) 955-08-74; e-mail: publishing@rudn.ru



RUDN JOURNAL OF STUDIES IN LITERATURE AND JOURNALISM

2023 VOLUME 28 NUMBER 1

DOI 10.22363/2312-9220-2023-28-1
<http://journals.rudn.ru/literary-criticism>

Founded in 1996

Founder: PEOPLES' FRIENDSHIP UNIVERSITY OF RUSSIA

EDITOR-IN-CHIEF

Alexander G. Kovalenko, Doctor of Philology, Professor, Head of the Department of Russian and Foreign Literature, Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University), Moscow, Russia
E-mail: kovalenko-ag@rudn.ru

ASSOCIATE EDITOR-IN-CHIEF

Irina I. Volkova, Doctor of Philology, Professor of the Department of Mass Communications, Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University), Moscow, Russia
E-mail: volkova-ii@rudn.ru

EXECUTIVE SECRETARY

Ekaterina A. Markova, PhD in Philology, senior researcher, A.M. Gorky Institute of World Literature of the Russian Academy of Sciences, lecturer, Department of Russian and Foreign Literature at Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University), Moscow, Russia
E-mail: glazkova1992@gmail.com

EDITORIAL BOARD

Anna E. Bazanova, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Theory and History of Journalism, Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University), Moscow, Russia

Eddy Borges-Rey, PhD in Media and Communication, Associate Professor in Residence Journalism Program, Northwestern University in Qatar, Doha, Qatar

Niko Drok, PhD, President of European Journalism Training Association (EJTA), Vice Chair of the World Journalism Education Council (WJEC), Professor of Media & Civil Society, Windesheim University of Applied Sciences, Zwolle, Netherlands

Lazar Fleishman, Professor of the Department of Slavonic Languages and Literature, Stanford University, Stanford, USA

Michail M. Golubkov, Doctor of Philology, Professor, Head of the Department of Russian Literature History and Contemporary Literary Process, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

Jean-Philippe Jaccard, Professor of the Department of Mediterranean, Slavic and Oriental Languages and Literatures, University of Geneva, Geneva, Switzerland

Liubov G. Kikhney, Doctor of Philology, Professor, Head of the Department of History of Journalism and Literature, Institute of International Law and Economy named after A.S. Griboyedov, Moscow, Russia

Wolfgang Stephan Kissel, leading research fellow of the International Laboratory for the Study of Russian and European Intellectual Dialogue, Professor of East European Literatures and Cultures, University of Bremen, Bremen, Germany

Lidiya K. Lobodenko, Doctor of Philological Sciences, Professor, Director of the Institute of Media, Social Sciences and Humanities, Professor of the Department of Journalism, Advertising and Public Relations, South Ural State University, Chelyabinsk, Russia

Jason Merrill, PhD in Russian Literature, Professor of Russian, Michigan State University, East Lansing, USA

Nataliya Panasenko, Doctor of Philological Sciences, Professor at the Department of Language Communication, Faculty of Mass Media Communication, University of SS Cyril and Methodius in Trnava, Trnava, Slovakia

Carlos Alberto Scolari, PhD in Applied Linguistics and Communication Languages, Professor, Associate Professor of the Faculty of Communication, Pompeu Fabra University, Barcelona, Spain

Marina G. Shilina, Doctor of Philological Sciences, Professor of the Department of Advertising, Design and Public Relations, Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia

Gregory John Simons, PhD, Professor, Associate Professor at the Department of Government, researcher at Institute for Russian and Eurasian Studies, Uppsala University, Uppsala, Sweden

Geetali Tilak, PhD, DLit, DM, Professor, Dean of the Faculty of Modern Sciences and Professional Skills, Professor of the Department of Mass Communication, Tilak Maharashtra Vidyapeeth, Pune, Maharashtra, India

Marina R. Zheltukhina, Doctor of Philological Sciences, Professor of the English Philology Department, Volgograd State Socio-Pedagogical University, Volgograd, Russia

**RUDN JOURNAL OF STUDIES IN LITERATURE AND JOURNALISM
Published by the Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University)**

ISSN 2312-9220 (Print); ISSN 2312-9247 (Online)

Publication frequency: quarterly.

Languages: Russian, English.

Indexed by Russian Index of Science Citation, Scopus, DOAJ, Google Scholar, Ulrich's Periodical Directory, Cyberleninka, WorldCat, East View, Dimensions.

Aims and Scope

RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism is a peer-reviewed international academic journal publishing research in literature and journalism. It is international with regard to its editorial board, contributing authors and thematic foci of the publications.

The goal of the journal is to promote scholarly exchange and cooperation among Russian and international linguists, disseminate theoretically grounded research, and advance knowledge in a broad range of interdisciplinary issues pertaining to the field of literature studies, journalism, public relations and advertising.

The editors aim to publish original research devoted to literature and journalism: literary process, prose, poetry, drama, literary criticism, mass communication, press, radio, television, genres of journalism, public relations.

Contributions to the journal should show awareness of current research trends in these areas, and explore their implications. Methodologies for data collection and analysis can be quantitative or qualitative, and must be grounded in practices in this area. General journal sections are "Literary Studies" and "Journalism".

Materials that correspond to the following specialties: Russian Literature and Literature of the Peoples of the Russian Federation, Literature of the Peoples of the World, Literary Theory, Folkloristics, Media Communications and Journalism are accepted.

As a Russian periodical with an international character, the journal also welcomes articles that advance research in relevant intercultural themes, and/or explore the implications of intercultural issues in communication generally.

In addition to research articles the journal also welcomes book reviews, literature overviews, conference reports and research project announcements.

The journal is published in accordance with the policies of COPE (Committee on Publication Ethics).

The editors are open to thematic issue initiatives with guest editors.

Further information regarding notes for contributors, subscription, and back volumes is available at <http://journals.rudn.ru/literary-criticism>

Copy Editor *Iu.A. Zaikina*

English Texts' Editors *N.V. Rabkina, O.V. Spachil*

Layout Designer *Iu.A. Zaikina*

Address of the editorial office:

3 Ordzhonikidze St, Moscow, 115419, Russian Federation

Tel.: +7 (495) 955-07-16; e-mail: publishing@rudn.ru

Address of the editorial board of the journal:

10 Miklukho-Maklaya St, bldg 2, Moscow, 117198, Russian Federation

Tel.: +7 (495) 433-70-22; e-mail: litjournalrudn@rudn.ru

Printing run 500 copies. Open price.

Peoples' Friendship University of Russia

6 Miklukho-Maklaya St, Moscow, 117198, Russian Federation

Printed at RUDN Publishing House

3 Ordzhonikidze St, Moscow, 115419, Russian Federation

Tel.: +7 (495) 955-08-74; e-mail: publishing@rudn.ru

СОДЕРЖАНИЕ

ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЕ

ИСТОРИЯ РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

- Хомякова О.Р.** Путь к Вию: особенности художественного конфликта 7
Соколов Б.В. Ф.М. Достоевский и Н.И. Костомаров: генезис образа Смердякова в романе «Братья Карамазовы» 21

ЗАРУБЕЖНЫЕ ЛИТЕРАТУРЫ

- Семёнов В.Б.** Phebi claro...: многоуровневая амбивалентность «двуязычной альбы» 30
Малахевич Д.Е. Между даосизмом и конфуцианством: тенденции развития лирической поэзии периода Западная Цзинь 41
Vanerjee I., Dubey R. Food culture in Oonya Kempadoo's *All Decent Animals and Buxton Spice* (Культура еды в романах Унии Кемпаду «Все достойные животные» и «Бакстон Спайс») 51

ФОЛЬКЛОРИСТИКА

- Bartosh D.K., Kotova E.O., Kytina V.V., Kharlamova M.V.** Malay folk genre pantun: traditions and modernity (Малайский фольклорный жанр пантун: традиции и современность) 61

КОМПАРАТИВИСТИКА

- Ван Ш., Золотых Л.Г.** Путь дискурсивного познания древнекитайского трактата «Дао дэ цзин» в России 79
Синегубова К.В., Аксенова А.А. Общий сюжет в литературе и живописи: художественный мир стихотворения Бахыта Кенжеева «Охотники на снегу» и одноименной картины Питера Брейгеля Старшего 92

ЖУРНАЛИСТИКА

ИСТОРИЯ И ТЕОРИЯ СМИ

- Макашова В.В., Нгакоосо Т.М.** Развитие журналистики в Республике Конго: проблемы и перспективы 99
Шариков А.В. Репрезентация России и США в глобальном информационном онлайн-пространстве и на российских и американских ресурсах 108
Желтухина М.Р., Радхи В.С. Анализ культурных программ иракских спутниковых телеканалов 122

НОВЫЕ МЕДИА

- Shilina M.G., Intartaglia J.** The passion to the human – and other neurochallenges of modern communication: an interview with Professor Julien Intartaglia (Страсть к человеку и другие нейропроблемы современных коммуникаций: интервью с профессором Жюльеном Интарталья) 132

МЕДИАПОЛИТИКА

- Алгави Л.О., Будцов Г.А., Ковалев Г.С., Скворцова Н.** Конспирология как ARG: медийно-игровая сущность QAnon 137
Zarifian M. Literary studies of political caricature: a quantitative analysis of publications indexed in the Scopus (Литературоведческие исследования политической карикатуры: количественный анализ публикаций, индексируемых в Scopus) 146

МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ

- Osipovskaya E.A., Savelyeva A.A.** Corporate training for developing social media literacy skills: personalized approach (Корпоративные тренинги по развитию навыков медиаграмотности в социальных сетях: персонализированный подход) 157

РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

- Shilina M.G., Sokhn M., Wirth J.** VR-mediated storytelling of experience in destination branding: hybrid 4D transformations (VR-сторителлинг в брендинге территории: гибридные 4D-трансформации) 165
Kayal S., Saha R. Decoding the myth of luxury in cosmetics herbal products advertisements (Расшифровка мифа о роскоши в рекламе косметических средств растительного происхождения) 175

РЕЦЕНЗИИ

- Коваленко А.Г., Денисенко А.В.** Борис Акунин, литературовед и педагог. Рецензия на книгу: Акунин Б. Русский в Англии: самоучитель по беллетристике. М.: Альпина Паблишерс, 2022. 376 с., ил. 187

CONTENTS

LITERATURE STUDIES

HISTORY OF RUSSIAN LITERATURE

- Khomyakova O.R.** Path to *Viy*: features of the artistic conflict 7
Sokolov B.V. Fyodor Dostoevsky vs. Nikolai Kostomarov: genesis of Smerdyakov's character
in *The Brothers Karamazov* 21

FOREIGN LITERATURE

- Semyonov V.B.** “Phebi claro...”: the multilayered ambivalence of the “bilingual alba” 30
Malakhevich D.E. Between Taoism and Confucianism: tendencies in lyric poetry of the Western
Jin period 41
Banerjee I., Dubey R. Food culture in Oonya Kempadoo’s *All Decent Animals* and *Buxton Spice* 51

FOLKLORE STUDIES

- Bartosh D.K., Kotova E.O., Kytina V.V., Kharlamova M.V.** Malay folk genre pantun: traditions
and modernity 61

COMPARATIVE STUDIES

- Wang S., Zolotykh L.G.** The way of discursive cognition of the ancient Chinese treatise *Tao Te
Ching* in Russia 79
Sinegubova K.V., Aksionova A.A. When verbal and visual arts share the same plot: artistic worlds
of Bakhyt Kenzheyev’s poem *Hunters in the Snow* and the painting by Peter Brueghel the Elder 92

JOURNALISM

HISTORY AND THEORY OF MEDIA

- Makashova V.V., Ngakosso T.M.** Development of journalism in the Republic of Congo: prob-
lems and prospects 99
Sharikov A.V. Representation of Russia and the USA in the global online information space
and on Russian and American resources 108
Zhelutkhina M.R., Radhi W.S. Analytical study of cultural programs of Iraqi satellite TV channels 122

NEW MEDIA

- Shilina M.G., Intartaglia J.** The passion to the human – and other neurochallenges of modern
communication: an interview with Professor Julien Intartaglia 132

MEDIA POLICY

- Algavi L.O., Budtsov G.A., Kovalev G.S., Skvortsova N.** Conspiracy as ARG: media and game
essence of QAnon 137
Zarifian M. Literary studies of political caricature: a quantitative analysis of publications indexed
in the Scopus 146

MEDIA EDUCATION

- Osipovskaya E.A., Savelyeva A.A.** Corporate training for developing social media literacy skills:
personalized approach 157

ADVERTISING AND PUBLIC RELATIONS

- Shilina M.G., Sokhn M., Wirth J.** VR-mediated storytelling of experience in destination
branding: hybrid 4D transformations 165
Kayal S., Saha R. Decoding the myth of luxury in cosmetics herbal products advertisements 175

BOOK REVIEWS

- Kovalenko A.G., Denisenko A.V.** Boris Akunin, literary critic and teacher. Book review:
Akunin, B. (2022). *A Russian in England: A self-instruction guide to fiction*. Moscow: Alpina
Publishers. (In Russ.) 187



ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЕ
ИСТОРИЯ РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ
LITERATURE STUDIES
HISTORY OF RUSSIAN LITERATURE

DOI 10.22363/2312-9220-2023-28-1-7-20

EDN: IEPXEQ

УДК 82.09

Научная статья / Research article

**Путь к Вию:
особенности художественного конфликта**

О.Р. Хомякова 

*Белорусский государственный педагогический университет имени М. Танка,
Республика Беларусь, Минск, 220030, ул. Советская, д. 18*

 hom_o@rambler.ru

Аннотация. Исследуется символично-религиозный конфликт – человек и Вий – как структурная и содержательная основа целостности повести «Вий». В «парадоксальном негативном реализме» Гоголя «дряг жизни» изображается в эсхатологической перспективе. Гетерогенность конфликта предопределена гетерогенностью гоголевского видения жизни: за пошлыми отношениями пошлых людей просвечивает невидимый для персонажей бытийственный мир, в котором человека ждет ирреальный противник, не позволяющий уклониться от встречи с собой. Базовой основой конфликта повести становятся низовые явления мироздания, находящиеся на разных стадиях приятия зла. Взаимоотрицание пошлости зла (Хома) и фантастики сверхъестественного зла (Вий) не представляется Гоголю абсолютным, как не кажется невозможным сценарий их движения навстречу друг другу. Анализ конфликта позволяет утверждать, что Гоголь как «пророк и философ православной культуры», по определению В. Зеньковского, заявляет о себе уже в повести 1834 года и «прививкой религиозной темы» русская литература обязана именно этому произведению.

Ключевые слова: Н.В. Гоголь, повесть, Вий, эсхатология, житие, сказка, травести, притча, двойничество

Заявление о конфликте интересов. Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

История статьи: поступила в редакцию 18 января 2022 г.; отрецензирована 20 марта 2022 г.; принята к публикации 2 сентября 2022 г.

© Хомякова О.Р., 2023



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

Для цитирования: Хомякова О.Р. Путь к Вию: особенности художественного конфликта // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2023. Т. 28. № 1. С. 7–20. <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2023-28-1-7-20>

Path to *Viy*: features of the artistic conflict

Olga R. Khomyakova 

*Belarusian State Pedagogical University named after Maxim Tank,
18 Sovetskaya St, Minsk, 220050, Republic of Belarus*

✉ hom_o@rambler.ru

Abstract. The author undertakes a study of the symbolic-religious conflict, a man and *Viy*, as a structural and content basis for the integrity of the novella *Viy*. In Gogol's "paradoxical negative realism", the "squabbling of life" is depicted from an eschatological perspective. The heterogeneity of the conflict is predetermined by the heterogeneity of Gogol's vision of life: behind the vulgar relations of vulgar people, an existential world, invisible to the characters, shines through, in which an unreal enemy awaits a person in order not to allow this person to avoid meeting with himself. The basis of the conflict of the novella *Viy* is the subterranean phenomena of the universe, which are at different stages of accepting evil. The mutual negation of the vulgarity of evil (*Khoma*) and the fantasy of supernatural evil (*Viy*) does not seem to Gogol absolute, just as the scenario of their movement towards each other does not seem impossible. Analysis of the conflict allows us to assert that Gogol, as a "prophet and philosopher of Orthodox culture", according to V. Zenkovsky's definition, declares himself already in the story of 1834, and Russian literature owes the "implantation of the religious theme" to this particular work.

Keywords: N.V. Gogol, novella, literary conflict, eschatology, hagiography, plot, travesty, parable, doubleness

Conflicts of interest. The author declares that there is no conflict of interest.

Article history: submitted January 18, 2022; revised March 20, 2022; accepted September 2, 2022.

For citation: Khomyakova, O.R. (2023). Path to *Viy*: Features of the artistic conflict. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 28(1), 7–20. (In Russ.) <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2023-28-1-7-20>

Введение

Замысел «Вия» (1834) проясняется письмом Гоголя матери от 2 октября 1833 года, в котором он вспоминает, как его воспитывали. Гоголь пишет о «благодетельных следствиях» для него рассказов матери о Страшном Суде и утверждает необходимость «потрясения детских чувств» для своей сестры: «...говорите, что Бог все видит, все знает, что она ни делает. Говорите ей поболее о будущей жизни, опишите <...> какие ужасные, жестокие муки ждут грешных» (Гоголь, 1940, т. 10, с. 281).

Художественная логика повести о встрече человека с Виём непостижима вне логики христианского сознания автора, исповедовавшего «рели-

гию страха и возмездия» (Н. Бердяев). В «Вие» мысль о конечных судьбах человека и человечества впервые в творчестве Гоголя заявляет о себе со всей своей грозной определенностью.

В начале повести бурсаки Халява, Хома Брут и Тиберий Горобец ломятся в дверь хутора ведьмы со словами: «Как же можно, чтобы христианские души пропали ни за что ни про что?» (Гоголь, 1937, т. 2, с. 184), несколько не думая о смысле своих слов. Так над приземленно-бытовыми описаниями первых страниц завязывается второй, символический план повести о пропадающих ни за что христианских душах, которые, не подозревая того, обречены на путь к Вию. Удивительным образом повествование Гоголя о людях, пути которых никак не связаны с исканиями духа, открывает ту дверь, в которую вряд ли бы постучали его персонажи. Все искания и вытекающие из них конфликты героев «Вия» подаются Гоголем в совершенно определенном смысле – еда и ночлег, полнота желудка и защищенность от волков. С первой до последней страницы повести акцентируется писателем несознаваемый персонажами отказ от полноты бытия, прежде всего бытия духовного. Герои показаны вышедшими на дорогу, но в сюжете обнаруживается, что писатель раскрывает нам судьбу тех, кто пути в гоголевском смысле этого слова не имеет и о конечной точке этого пути не задумывается. Бурсаки живут сиюминутным: «...в карманах их, кроме крепких табачных корешков, ничего не было. Запасов они не делали никаких и все, что попало, съедали тогда же» (Гоголь, 1937, т. 2, с. 177). Беспечные даже на уровне биологического существования, попечение о душе своей будущие духовные пастыри никоим образом не обнаруживают. Борьбу со вселенским Злом в своем жизненном сценарии герои «Вия» не предусматривают.

В истории интерпретаций «Вия» не было недостатка в версиях конфликта повести. Чаще всего конфликт подводился под определенную тематическую рубрику, в свете которой и рассматривался. Выделяли социальный конфликт (М.Б. Храпченко, Н.Л. Степанов), конфликт реального и фантастического (Б.А. Максимов), конфликт язычества и христианства (Н.Г. Гаврилова), конфликт дневного и ночного (Л.В. Карасев, Р.В. Гуляев), конфликты психоаналитического образца (Д. Ранкур-Лаферьер) и пр. Литературоведы Запада, обращающиеся к творчеству Гоголя, балансируют между двумя «лика́ми Гоголя», приписывая ему то демонизм, то праведность. Соответственно, в зарубежных интерпретациях повести – Дж.Д. Харди, Л. Стэнтон (2002), Э. Свенсен (1993), Р. Джексон (2013) – трактовки конфликта определяются представлениями интерпретаторов о «духовном опыте» Гоголя.

«Вием» Гоголь пропускает через оптику христианского сознания конфликты тех шести из восьми повестей «Вечеров», которые, по словам В.В. Гиппиуса, «варьируют одну тему» – «вторжение в жизнь людей демонического начала и борьба с ним» (Гиппиус, 1994, с. 32). В статье предпринято исследование символично-религиозного конфликта – человек и Вий – как структурной и содержательной основы целостности повести «Вий». В «парадоксальном негативном реализме» (В. Страда) Гоголя «дрязг жизни» (Гоголь) изображается в эсхатологической перспективе. Гетерогенность конфликта предопределена гетерогенностью гоголевского видения жиз-

ни: за пошлыми отношениями пошлых людей просвечивает невидимый для персонажей бытийственный мир, в котором человека ждет ирреальный противник, не позволяющий уклониться от встречи с собой.

Анализ конфликта позволяет утверждать, что Гоголь как «пророк и философ православной культуры» (В. Зеньковский) заявляет о себе уже в повести 1834 года и «прививкой религиозной темы» (В. Зеньковский) русская литература обязана именно этому произведению.

Обсуждение

Хома. Мотивировка конфликта

В повести «Вий» протагонист не является носителем истины или авторского идеала. Хома Брут живет, не требуя многого от жизни и от себя. В тройственной природе человека, сочетающей телесное начало, душевное и духовное, только первое является предметом неустанной заботы и попечения героя Гоголя, сосредоточенного на проблемах пустого чрева – того единственного органа, который у Хома «отвечает» за проявления духовности («чувствовал на этот раз в желудке своем какое-то несносное одиночество» (Гоголь, 1937, т. 2, с. 182). Отличие человека от животного понимается Хомой специфически: «Нет, Халява, не можно» сказал он. «Как же, не подкрепив себя ничем, растянуться и лечь так, как собаке?» (Гоголь, 1937, т. 2, с. 183).

В семантике имени Хома пересекаются важнейшие для Гоголя смыслы: «человек» (от лат. *Номо*) и неверующий (евангельское – Фома неверующий). Человек, нетвердый в вере, с его духовной слабостью и нравственной слепотой – предмет особого и неустанного внимания Гоголя, рассматривавшего заурядность и пошлость как грустную норму жизни: «все, что бывает у всех людей» (Гоголь, 1952, т. 8, с. 217). Казалось бы, «лишние» моменты в повести (подробности жизни и нравов бурсаков, драки между классами богословов, философов и риториков, описание толпы семинаристов, отправляющихся на вакации, разговоры трех приятелей по дороге и пр.) необходимы прежде всего для того, чтобы представить Хому как одного из многих – грешников, не видящих грехов своих (отсюда значимость мотива видения в повести). Как сформулирует позже Гоголь: «Грешит нынешний человек... не оттого, чтобы хотел грешить, но оттого, что не видит грехов своих» (Гоголь, 1952, т. 8, с. 305–306).

Исследователи отмечают обостренный интерес Гоголя в 1830–1840-е годы к житиям святых, дающим «образцы поведения в различных жизненных ситуациях, противопоставляя их жизни неправедной» (Гольденберг, 2007, с. 121). В «Вие» травестируются сюжет, структура, образы агиографической литературы, описывающей путь к спасению.

Вместо рассказа о благочестивых родителях сообщается о сиротстве Хома, не знающего ни отца, ни матери. Вместо повествования об отвержении детских игр и прилежании в учебе – рассказ о драках, которые устраивали семинаристы. В повести описываются не аскеза, труды и подвиги, а прожорливость, лень и вороватость. Рассказы о прижизненных чудесах святого сводятся к описанию полета Хома с ведьмой и переживании им

«бесовски сладкого чувства» (Гоголь, 1937, т. 2, с. 187). Требуемая жанром похвала святому заменяется разговором товарищей Хома в кабаке об их приятеле, который погиб, потому что побоялся и не догадался плюнуть под хвост ведьме. По Бахтину, «Житие совершается непосредственно в Божьем мире. Каждый момент жития изображается как имеющий значимость именно в нем: житие святого – значит жизнь в Боге» (Бахтин, 1979, с. 204). В «Вие» присутствие Бога в жизни семинаристов никак не обозначено.

Хома представлен на фоне толпы бурсаков (в начальных эпизодах) и в сопоставлении с двумя товарищами, свернувшими вместе с ним с дороги. С момента ухода от общего пути бытовой локус пересекается с волшебным. В соответствии с канонами сказки в путь отправляются три героя, и на долю одного из них выпадают «запрограммированные» сказочным жанром испытания.

«Старший», Халява – единственный из бурсаков, чье имя не распадается на две оксюморонные части (ср.: Хома и Брут, Тиберий и Горобець), и уже этим отнесенный к одной прозаической сфере существования. Лейтмотив образа Халявы – «прятался в бурьяне» – обеспечивает защищенность героя как от действия злых чар, так и от героического поприща. Единственная высота, на которую способен подняться богослов Халява, в финале повести разжалованный автором в звонари, – это высота колокольни. «Разбитый нос» Халявы («потому что деревянная лестница на колокольню была чрезвычайно безалаберно сделана» (Гоголь, 1937, т. 2, с. 218) – единственная опасность для него.

«Младший», ритор Тиберий Горобец, к концу повести ставший философом, вероятно, должен занять место погибшего философа Хома, то есть его поединок с Виём выносится Гоголем за границы текста как возможная перспектива с возможным иным исходом. В «Вие» предполагаемый настоящий герой заявляет о себе в финальной реплике повести: «А я знаю, почему пропал он: оттого, что побоялся» (Гоголь, 1937, т. 2, с. 218). Подобно мнимому ревизору, «средний» Хома представлен мнимым героем, а противоречащий традиционному оптимизму сказки трагический финал выглядит как временная победа зла, как одно из звеньев в цепи вечных сражений человечества.

Чем мотивировано в повести решение ведьмы, выбравшей именно Хома, то есть «среднего» в сказочной иерархии? Возможно, неочевидность причины входила в авторский замысел, соответственно которому судьба Хома должна заставить задуматься тех, кто не сомневается в безупречности собственной жизни. Хома избран для испытаний, как может быть избран каждый (так выглядит романтическая концепция избранничества у Гоголя).

Единственное активное, не вынужденное внешними силами действие Хома в повести – это кража карася у своего товарища, в свою очередь укравшего этого карася у ведьмы. Гоголь не мог не знать, что связывали с символикой рыбы евангелисты. Многие из учеников Христа (в том числе апостол Фома – один из прообразов гоголевского Хома) были рыбаками. Христос называет своих последователей ловцами человеков, а Царство Небесное уподобляет неводу с рыбами всякого рода. Во дворе хутора бурсаки видят чумацкие возы, с одного из них и украдена рыба. В оборотниче-

ском мире повести ведьма выступает как успешный, судя по возам, ловец человеков, а Хома – мелкая рыбешка, обреченная на попадание в сети. «Назначенный» (Гоголь, 1937, т. 2, с. 197) развивать и спасать души, Хома не готов стать ловцом человеков, не соответствует своему предназначению. Духовное служение не входит в сознание Хома как задача его жизни, именно потому Гоголь ставит своего героя в экстремальную ситуацию, когда необходимость спасения чужой души становится залогом спасения собственной.

В «Вие» ярче, чем в других произведениях, заявляет о себе притчевый характер мышления Гоголя, стремящегося увидеть во всем временном и телесном «символы и знаки вечного» (Д.С. Лихачев). «Разогни книгу Ветхого Завета: ты найдешь там каждое из нынешних событий, ясней как день увидишь, в чем оно преступило пред Богом, и так очевидно изображен над ним совершившийся Страшный суд Божий, что вострепетает настоящее» (Гоголь, 1994, т. VIII, с. 278).

В Книге Бытия, первой книге Библии, показаны страшные последствия отпадения человека от Бога, вследствие которого человек был предоставлен сам себе. В гоголевской книге бытия дается авторский вариант ветхозаветной притчи об отчуждения человека от Бога с предначертанностью ее развязки: Бог вытесняется из каждодневной жизни в сферу знания, вера воспринимается героями «Вия» как книжная премудрость – и герой в решающий момент оказывается один перед силами нечисти.

«Глубинная премудрость» (С. Аверинцев) притчи говорит о необходимости выбора между «многими дверями» (Гоголь, 1937, т. 2, с. 193) той единственной, которая в христианском сознании автора отождествляется с верой: «Аз есмь путь и истина и жизнь» (Ин. 14: 6). Гоголевского героя «субъектом этического выбора» (С. Аверинцев) делает только инстинкт самосохранения. Хома трижды пытается убежать от атакующих его сил зла (от ведьмы, от посланцов сотника, из хутора сотника) и каждый раз не увлекает требуемого притчей должного урока. Как следствие, испытание с каждым разом становится опаснее, приближая Хома к встрече с Вием. Гоголевская притча предостерегает героя (и читателя) от промедления на пути духовного спасения, когда выбора уже не будет: «Тут не такое заведение, чтобы можно было убежать» (Гоголь, 1937, т. 2, с. 193).

Житие, сказка, притча выступают как «генетические коды» (В. Тюпа) к пониманию не характера Хома, но функции персонажа в гоголевской художественной концепции жизни. По всей вероятности, Гоголь, подобно христианскому писателю средних веков, «хотел внушить своему христианскому читателю самое непосредственное ощущение личной сопричастности к мировому добру и личной совинности в мировом зле: читатель должен был внутренне отождествить себя с праведником – в его доброй воле, а со злодеем – в его греховности, усматривая все ту же борьбу – Бога и Дьявола в описываемых событиях и в себе самом» (Аверинцев, 1971, с. 257).

Мотивировку конфликта ищут обычно в действии или событии, нарушающем равновесие некоей системы. Бытовую причину можно увидеть в краже карася или в комической клятве Хома, которую он не собирался вы-

полнять («И если мы что-нибудь, как-нибудь того или какое другое что сделаем, то пусть нам и руки отсохнут, и такое будет, что Бог один знает» (Гоголь, 1937, т. 2, с. 184) и которая трагически отзовется затем в судьбе героя. Демоническое вторжение в жизнь Хома в религиозно-символическом мире повести объясняется не столько каким-то конкретным проступком героя, но образом жизни человека, нечувствительного к свету и тьме. Как действия, так и бездействие Хома вписываются в духовно не пробужденный мир, в котором «все, казалось, как будто спало с открытыми глазами» (Гоголь, 1937, т. 2, с. 186), не разрушая его равновесия. Приход ведьмы выглядит немотивированным; завязка конфликта представлена автором повести как чудо, объяснения которому лежат вне человеческого знания: «Не спрашивай» говорил протяжно резонер: «пусть его там будет, как было. Бог уже знает, как нужно; бог все знает» (Гоголь, 1937, т. 2, с. 192). Сверхъестественное, внезапно врывающееся в жизнь человека, – тема «Вечеров на хуторе близ Диканьки» – в повести «Вий» представлено в авторской интенции неисповедимости путей Господних, но предначертанности их исхода. Хома с его «младенчествующим сознанием» (А.И. Иваницкий) – несостоявшийся герой жития и сказки – «назначенный» («уже недаром так назначено» – Гоголь, 1937, т. 2, с. 197) повторить судьбу отпавшего от Бога ветхозаветного человека, обречен стать жертвой сил, которые состоялись в полноте зла.

С.Н. Булгаков как-то сказал: «Сама пустота нейтральна, она не разделяет и не связывает». Опасность пустоты в том, что она открыта к приятию в себя любого более или менее агрессивного начала, поскольку сопротивление не оказывает. Когда эта пустота приходит в соприкосновение со злыми началами, ей нечего противопоставить им. Человек, пренебрегающий своим «назначением» свыше, оказывается тем самым в поле внимания низших сил бытия.

Развитие конфликта. Антагонист

В «Вие» «двуединая сущность мира» (А.Г. Коваленко) открыта авторскому сознанию, в котором резко поляризованы добро (сфера божественного) и зло (сфера нечеловеческого и античеловеческого). В сознании персонажей Гоголя Высшее начало присутствует как знание, которому «учат» (мотив «Чему вас в бурсе учат?» – Гоголь, 1937, т. 2, с. 192), оторванное от жизни и никак на жизнь не влияющее. Героем своей повести Гоголь делает человека, который непримиримость миров Добра и Зла до поры до времени не воспринимает как имеющую какое-либо существенное значение лично для него. Хома опирается на противоположные силы одновременно, в его понимании божественное и бесовское начала («Ей-богу, ни чертова кулака не видно» – Гоголь, 1937, т. 2, с. 182) сосуществуют в одной плоскости, в случае опасности он обращается как к молитвам, так и к заклинаниям.

У ворот хутора ведьмы Хома в пространстве между полярными силами мироздания – обыватель, бегущий от запредельной реальности, будь то реальность света или реальность тьмы. Но стучит он в ворота, за которыми его («уже недаром так назначено» – Гоголь, 1937, т. 2, с. 197) ждет Зло.

Представляется продуктивной мысль А.Х. Гольденберга о значимости для Гоголя «сюжета антихриста, имитирующего деяния апостола» (Гольден-

берг, 2007, с. 131) в шлейфе «травестийных ассоциаций». Непримиримая конфликтность двух миров приоткрывается герою, подобно его евангельскому прообразу, в момент, когда Хома принуждается оседлавшей его ведьмой осязать плоть иномирья. Ср.: «Если не увижу на руках Его ран от гвоздей, и не вложу перста моего в раны от гвоздей, и не вложу руки моей в ребра Его, не поверю» (Ин. 20:25).

В сцене ночного полета герой против воли поддается очарованию света, сияния, ясности, прозрачности, блеска и музыки и чувствует «бесовски сладкое чувство», «какое-то пронзающее, какое-то томительно-страшное наслаждение». В оборотническом мире обилием света (ср.: «Бог есть свет, и нет в Нем никакой тьмы» – 1Ин.1:5) утверждается торжество темных сил, «какое-то солнце» является солнцем запредельного мира и указывает на близость к рубежу смерти. С помощью молитв и заклятий Хома возвращается в реальность, «неполный свет» (Гоголь, 1937, т. 2, с. 187) которой воспринимает как спасение от несущей смерть «красоты» инобытия. Пройдя через первую стадию столкновения со Злом – стадию искушения красотой зла, Хома легко забывает пережитое потрясение, утешаясь привычными для себя способами.

В «Вие», одном из самых пессимистичных произведений Гоголя, соприкосновение человека с *духовной* реальностью видится Гоголю как вхождение в реальность *духов зла*. В трехкратном превращении старуха – прекрасная девушка – труп символически изображаются три стадии восприятия человеком зла. Вначале человек, естественно, видит во зле безобразие и отстраняется от него, как уклоняется Хома от объятий старухи. Затем зло может очаровать, одурманить человека, действуя на него искусом красоты, и тогда Хома видит вместо старухи красавицу. В конце концов человек способен осознать губительность зла (превращение красавицы в посиневший труп, пытающийся схватить Хому), но борьба со злом на последней стадии, когда оно увеличивается как количественно (несметное множество чудовищ), так и качественно (Вий как концентрация силы зла), обречена на поражение.

Автор повести указывает на опасность минимального соприкосновения с силами зла («Не гляди»). Силы зла не видят Хому до тех пор, пока он избегает соприкосновения с ними: «...труп не там ловил его, где стоял он, и, как видно, не мог видеть его» (Гоголь, 1937, т. 2, с. 210), – но даже такое внешнее соприкосновение с ними, как встреча глазами, делает человека уязвимым.

Гоголь напоминает и о том, что первый шаг навстречу злу делает сам человек: сначала Хома сам стучится в чужое пространство (хутор ведьмы), затем его насильно привозят в хутор сотника и приводят в захваченную адскими силами церковь.

«Вий» – необычная история человеческой души. В повести нет внутреннего конфликта, внутренней борьбы человека с грехом и страстями, внушаемыми дьяволом, – того, что в сочинениях отцов церкви называется невидимой бранью. В оппозиции «внешнего» и «внутреннего человека» голос последнего едва слышен, высвобождение внутреннего человека и, соответственно, внутренний конфликт с духовными победами и поражениями – явление непроявленное или невозможное. Гоголевские персонажи не стоят

перед выбором пути с его неизбежными колебаниями, сомнениями, внутренней борьбой.

В «Вие» плоть Хома без борьбы торжествует над его духом. Хома не придает значения «поперечивающим чувствам» или легко уступает им. Внутренняя раздвоенность, предусмотренная конфликтностью имени и фамилии Хома Брута, в сюжете реализуется против воли персонажа: в отличие от персонажей «Тараса Бульбы» Хома не хочет быть героем и к героическому противостоянию вынуждается обстоятельствами.

Гоголь уже в период работы над «Вием» склонен соотносить бездуховность (мертвые души) с космическим злом. Пошлая жизнь пошлых героев и ирреальные силы зла, равно отнесенные писателем к низовой сфере жизни, не столько противопоставляются, сколько соплагаются писателем. В едином мире находятся и дневные, в которых рисуется бездуховная проза существования, и ночные сцены, которые являют собой сверхъестественное проявление низа жизни – то имитирующее поэзию и красоту, то ужасающее чудовищным безобразием.

Структурной и содержательной основой повести «Вий», как и большинства художественных творений Гоголя, является внешний конфликт. Хома говорит о себе: «И сам я – черт знает что» (Гоголь, 1937, т. 2, с. 197). Таким образом, *центральный конфликт повести есть конфликт черта (злых духов), с одной стороны, и героя, представляющего «черт знает что», с другой.* Фантастические силы зла и «зло как отталкивающая обыденная пошлость» (А. Григорьев) представлены Гоголем в их взаимном притяжении и отталкивании.

В комментариях к фантастическим образам повести указывается на их соответствие мифопоэтической картине подземного мира. Но вне внимания исследователей осталась интерференция в художественном мире повести хтонических существ с образами религиозного происхождения, представленными в религиозных жанрах как антагонисты Бога. Из истории культуры известно, что фольклорные чудовища атаковали человека как телесное существо, а падшие ангелы охотились за его душой, искушая и способствуя грехопадению – отпадению от Бога. Образы и функции тех и других вписываются в замысел повести о человеке, живущем между двумя мирами (языческим и христианским), но не способном безусловно примкнуть ни к одному из них. В сознании Гоголя периода работы над «Вием» языческие образы народной мифологии и христианская символика взаимодополняют друг друга, хотя уже в этот период времени народная фантастика используется как средство реализации замысла о гибельности пути, ведущего к утрате образа Божьего в человеке.

К зеркалу Господних заповедей будет звать Гоголь персонажей и зрителей эпиграфом «Ревизора» («Твое зеркало суть Господни заповеди; если положишь их пред собою и будешь смотреть в них пристально, то оне откроют тебе все пятна, всю черноту, все безобразие души твоей» – Гоголь, 1994, т. VIII, с. 529).

В повести Хома Брут «безобразие души» своей видит не в Евангелии, а в безобразном чудовище с опущенными до самой земли веками. Вий – сила тьмы, которая не нуждается в свете до тех пор, пока не появляется

необходимость поразить жертву: «Поднимите мне веки, не вижу» (Гоголь, 1937, т. 2, с. 217). Примечательно, что портрета Хома Гоголь не дает, зато рисует портрет его фантастического антагониста с обычным «изобилием телесных подробностей» (С. Бочаров) и доминированием земных деталей («*приземистый*», «Весь был он в черной земле», «засыпанные землею ноги и руки», «веки опущены были до самой земли», «сказал *подземным* голосом» (Гоголь, 1937, т. 2, с. 217). Вий видится Хоме человеком: «ведут какого-то приземистого, дюжего, косолапого человека» (Гоголь, 1937, т. 2, с. 217). Взглянув в глаза Вию, безликий Хома впервые видит свой истинный облик, свою приземленность и духовную слепоту. Символика спящего с открытыми глазами мира позволяет отнести «Поднимите мне веки, не вижу» (Гоголь, 1937, т. 2, с. 217) и к Хоме.

Еще одно значение имени Фома – «близнец»: «Тогда Фома, *иначе называемый Близнец*, сказал ученикам: пойдём и мы умрём с ним» (Ин. 11:16). Детали встречи Хома с Виём позволяют сделать предположение о зеркальном удвоении антагонистов, их внутреннем близничестве. Представляется, что зеркальность Хома и Вия входила в замысел писателя, видевшего исход пути Хома во встрече героя с самим собой.

Неукорененность веры Хома и ноги, как корни, вросшие в землю, Вия – детали, символически представляющие цепочку, одновременно связывающую и разделяющую двух главных персонажей, один из которых находится на пути ко злу, другой же укоренился, навсегда врос в мир зла. В конфликте происходит не поглощение одного сознания другим, но встреча сознаний, находящихся на разных стадиях омертвения. Хома и панночка – пограничная ситуация. Вий – предельное развитие потенций зла.

Название повести указывает на то, что главным ее героем, главной движущей силой сюжета является Зло, вначале неощутимое героями, которые беспечно не замечают его в своих мелких и крупных проступках. В фантастической реальности герой оказывается в момент, когда зло становится видимым во всей своей страшной и уродливой сущности. Появление Вия в финале повести представлено как концентрация зла, постепенно и незаметно накапливающегося и в конечном счете всей своей земляной массой сокрушающего героя.

Вий не убивает Хому: он только указывает на него своим железным пальцем. Хому, лишённого той веры, которая «отвечает» за способность «не бояться», побеждает собственный страх. «Испугаться самого себя» – таким видится Гоголю исход конфронтации земного (человек) и потустороннего (ведьма и Вий) миров. Название повести «Вий» (как и пьесы «Ревизор») продиктовано эсхатологическим сознанием Гоголя, для которого «последняя сцена представляет последнюю сцену жизни, когда совесть заставит взглянуть вдруг на самого себя во все глаза и *испугаться самого себя*» (Гоголь, 1994, т. VII, с. 465).

Развязка конфликта

К. Мочульский уверен, что «бранолюбивый характер» русской литературы идет от Гоголя. По Гоголю: «Мы призваны в мир на битву, а не на праздник, праздновать победу мы будем на том свете» (Гоголь, 1994, т. VI, с. 285).

В повести «Вий» Гоголь создает персонажей, чуждых потребности «выходить на битву». Хома Брут, вопреки своей воинственной фамилии, предпочитает лежать и курить трубку. Пассивность, желание уклониться от испытаний, убежать (от ведьмы, от ректора, от своих конвоиров, от сотника) характеризуют Хому до тех пор, пока он не слышит роковое: «Тут не такое заведение, чтобы можно было убежать...» (Гоголь, 1937, т. 2, с. 196). Борьба Хома с темными силами – вынужденная необходимость самозащиты. Активно действующая сторона конфликта – нечистая сила с ее злой агрессивной волей.

Исследователь, наделяющий Хому званием «первого христианского воина в русской литературе» (Гуляев, 2015), несколько погорячился. Роль Хома в битве с нечистой силой – роль жертвы, наемника, вступающего в борьбу за плату («тысяча червонных»), но не воина в религиозном понимании этого слова. С точки зрения Церкви, почитающей мучеником человека, совершающего свой подвиг во имя Бога и вместе с Богом, Хома – лжемученик.

Примечательно, что образ жертвы, виноватой и наказанной за свою вину или вины за собой не знающей, в повести множится. Дворня сотника рассказывает о влюбленном псаре Микитке, который, в отличие от Хома, не смог противостоять панночке («Он, дурень, нагнул спину» – Гоголь, 1937, т. 2, с. 203). Повторяется ситуация бегства без сопротивления в рассказах о матери, в страхе бросающей свое дитя: «Она схватила дитя, прокусила ему горло и начала пить из него кровь. Шепчиха только закричала: „Ох, лишечко!“ – да из хаты» (Гоголь, 1937, т. 2, с. 204). Хома – один из многих, кто или уступает без борьбы, или гибнет в неравной схватке с силами зла.

В боях, которые организовывали богословы, философы и риторы перед занятиями в семинарии, неизменно богословия «в ужасных шароварах и с претолстыми шеями» «побивала всех». Для победы было достаточно иметь «ужасные шаровары» и «претолстые шеи». В битвах духа ресурсов Хома оказалось недостаточно. В финале повести Хома вынужден «глядеть в лицо смерти» (А. Шопенгауэр) и у него нет той веры, которая помогла бы сделать это без страха.

Для Гоголя, внимательного читателя Деяний и Посланий апостолов, верою обеспечивается подлинное единение между людьми: «У множества... уверовавших было одно сердце и одна душа» (Деян. 4, 32). Хома – часть бурсацкого сообщества, члены которого объединяются общими походами по кабакам и хуторам или групповыми драками. В минуту опасности герой оказывается в полном одиночестве, окруженный пассивными зрителями, равнодушно наблюдающими за тем, как на их глазах погибает человек. По всей вероятности, Хома в роли зрителя с таким же равнодушным любопытством наблюдал бы за гибелью очередной жертвы злых сил, чтобы сказать наконец: «Вот это как долго танцует человек!» (Гоголь, 1937, т. 2, с. 215). Гоголь с горечью констатирует одиночество обделенного верой человека, особенно разительное на фоне единства сил зла. С одной ведьмой Хоме удалось справиться, но противостоять единой злой воле несметных адских сил он не в состоянии.

Если изображение нечисти в повести определялось «мрачным владычеством суеверия» (В. Жуковский), то Бог для Гоголя – «неведомая, недо-

ступная, непостижимая, неизреченная Тайна, к которой не существует никакого приближения» (Булгаков, 1994, с. 91). Гоголь исходит из постулата о незримом присутствии Бога в мире. В отличие от агрессивной активности нечистой силы, Высшее начало жизни не посягает на свободу человека и ждет от него призыва (молитвы). «Бесовски сладкое чувство» (Гоголь, 1937, т. 2, с. 187), внушается Хоме во время ночного полета с ведьмой против его воли, а Спасение («почувствовал какое-то освежение») он находит лишь тогда, когда «начал припоминать все, какие только знал, молитвы» (Гоголь, 1937, т. 2, с. 187). Сюжет Бога спрятан в деталях – знаках присутствия Бога в повести, по мысли Гоголя, различимых для тех, кто Бога ищет. Власти нечисти положены пределы – до первого петуха. Кажущаяся богооставленность Хома – дидактическое послание автора читателям о том, что происходит с человеком, который «мало заботится о Боге и о душе своей» (Гоголь, 1937, т. 2, с. 216).

В повести Гоголя трудно найти то, что К. Леонтьев называл «оптимистической тенденциозностью». Но нельзя согласиться и с тем, что Гоголь издает «воплъ бессилия и тоски перед торжеством мирового зла» (М. Дунаев). Автор «Вия» корректирует романтическую концепцию вечности и неустранимости зла. В повести зло не торжествует: нечистые духи («испуганные духи») застревают в стенах церкви и погибают.

В своей притче-сказке Гоголь не видит возможности для окончательной победы над злом и в будущем. Тиберий Горобец, по сказочным канонам должный стать настоящим героем, получил от автора имя императора, во время правления которого был распят Христос. Духовная беспечность и небрежная жизнь мешают человеку своевременно понять, что он заблудился: «Бурсаки заметили, что они сбились с пути и давно шли не по дороге» (Гоголь, 1937, т. 2, с. 182). По Гоголю, если нет попыток подняться над биологическим уровнем существования, становится неизбежным движение вспять – к Вию.

Заключение

В «Вие» травестируются сюжет, структура, образы агиографической литературы, описывающей путь к спасению. Хома – несостоявшийся герой жителя и сказки – обречен стать жертвой сил, которые состоялись в полноте зла.

«Испугаться самого себя» – таким видится Гоголю исход конфронтации земного (человек) и потустороннего (ведьма и Вий) миров.

«Русский Данте», как стали называть Гоголя после «Мертвых душ», уже в «Вие» рисует картину движения человека в преисподнюю греха. Драматизм гоголевского видения мира в том, что он видит типичный путь человека путем не к вере, а от веры. Для Гоголя путь забвения божественного назначения, образа Божия в себе – это путь к Вию, путь от духовного небытия к небытию физическому.

В «Вие», одном из самых пессимистичных произведений Гоголя, соприкосновение человека с *духовной* реальностью видится Гоголю как вхождение в реальность *духов зла*. Гоголь ставит своего героя в экстремальную ситуацию, когда необходимость спасения чужой души становится залогом спасения собственной.

В бескомпромиссной нравственности Гоголя духовная бесплодность Хомы едва ли не приравнивается к участию в бесплодных делах тьмы («Не участвуйте в бесплодных делах тьмы» – Еф. 5, 11). Сон души предопределяет появление сверхъестественных темных сил в жизни персонажа и сводит к минимуму возможности противостояния демоническому.

Список литературы

- Аверинцев С.С. Греческая «литература» и ближневосточная «словесность» // Типология и взаимосвязи литератур древнего мира. М., 1971. С. 206–266.
- Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1979. 423 с.
- Булгаков С.Н. Свет невечерний: созерцания и умозрения. М.: Республика, 1994. 415 с.
- Гиппиус В. Гоголь // Гиппиус В. Гоголь; Зеньковский В.В. Н. Гоголь. СПб.: Logos, 1994. С. 9–188.
- Гоголь Н.В. Собрание сочинений: в 9 т. / сост., подгот. текстов и коммент. В.А. Воропаева, И.А. Виноградова. М., 1994.
- Гоголь Н.В. Полное собрание сочинений: в 14 т. Т. 2. М.: Изд-во АН СССР, 1937.
- Гольденберг А.Х. Архетипы в поэтике Н.В. Гоголя: монография. Волгоград: Перемена, 2007. 261 с.
- Гуляев Р.В. Философ перед лицом бессловесного ужаса («Вий» Н.В. Гоголя) // Вопросы философии. 2015. № 9. С. 103–113.
- Hardy J.D., Stanton L. Magical realism in the tales of Nikolai Gogol // Janus Head. 2002. Vol. 5. No. 2. Pp. 126–139. <https://doi.org/10.5840/jh20025227>
- Jackson R. Fantasy. Taylor and Francis, 2013. <https://doi.org/10.4324/9781315015958>
- Swensen A. Vampirism in Gogol's short fiction // The Slavic and East European Journal. 1993. Vol. 37. No. 4. Pp. 490–509. <https://doi.org/10.2307/308458>

References

- Averintsev, S.S. (1971). Greek literature and near east verbal culture. *Typology and Interactions of the Ancient Literatures* (pp. 206–266). Moscow. (In Russ.)
- Bahtin, M.M. (1979). *Aesthetics of verbal creativity*. Moskva: Iskustvo Publ. (In Russ.)
- Bulgakov, S.N. (1994). *The nonevening light: Contemplation and speculation*. Moscow: Respublika Publ. (In Russ.)
- Gippius, V. (1994). Gogol. In V. Gippius. *Gogol. V.V. Zenkovskiy. N. Gogol*. St. Petersburg: Logos Publ. (In Russ.)
- Gogol, N.V. (1937). *Complete works* (vol. 2). Moscow: AN SSSR Publ. (In Russ.)
- Gogol, N.V. *Collection of works* (V.A. Voropaev, I.A. Vinogradov, drafting, preparation of texts and comments). Moscow: Russkaya Kniga Publ. (In Russ.)
- Goldenberg, A.X. (2007). *Archetypes in the poetics of N.V. Gogol*. Volgograd: Peremena Publ. (In Russ.).
- Gulyaev, R.V. (2015). The philosopher in front of the speechless horror (on “Viy” by N.V. Gogol). *Voprosy Filosofii*, 9, 103–113. (In Russ.)
- Hardy, J.D., & Stanton, L. (2002). Magical realism in the tales of Nikolai Gogol. *Janus Head*, 5(2), 126–139. <https://doi.org/10.5840/jh20025227>
- Jackson, R. (2013). *Fantasy*. Taylor and Francis. <https://doi.org/10.4324/9781315015958>
- Swensen, A. (1993). Vampirism in Gogol's short fiction. *Slavic and East European Journal*, 37(4), 490–509. <https://doi.org/10.2307/308458>

Сведения об авторе:

Хомякова Ольга Ромуальдовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры белорусской и зарубежной литературы, Белорусский государственный педагогический университет имени М. Танка, Республика Беларусь, Минск, 220030, ул. Советская, д. 18. ORCID: 0000-0001-7010-7696. E-mail: hom_o@rambler.ru

Bio note:

Olga R. Khomyakova, Candidate of Philology, Associate Professor of the Department of Belarusian and Foreign Philology, Belarusian State Pedagogical University named after Maxim Tank, 18 Sovetskaya St, Minsk, 220050, Republic of Belarus. ORCID: 0000-0001-7010-7696. E-mail: hom_o@rambler.ru



DOI 10.22363/2312-9220-2023-28-1-21-29
EDN: INSGMN
УДК 82.09

Научная статья / Research article

Ф.М. Достоевский и Н.И. Костомаров: генезис образа Смердякова в романе «Братья Карамазовы»

Б.В. Соколов

*Ассоциация исследователей русского общества (АИРО-XXI),
Российская Федерация, 107207, Москва, Чусовская ул., д. 11, корп. 7*

✉ bvsokolov@yandex.ru

Аннотация. Рассматривается один из эпизодов «Автобиографии» Н.И. Костомарова – обстоятельства убийства его отца в качестве основного источника образа Смердякова в романе Ф.М. Достоевского «Братья Карамазовы» и его соотнесение с критикой Достоевским идеи «Если Бога нет, то все дозволено!». Доказывается, что Достоевский мог узнать этот эпизод в устной передаче либо лично от Костомарова, либо через общих с ним знакомых. Прослеживается связь через общее тюркское происхождение фамилий Костомаров и Карамазов. Обосновывается, что в «Братьях Карамазовых» Достоевский полемизирует с мнением Костомарова о различиях южнорусской и великорусской семьи, высказанном в статье «Две русские народности».

Ключевые слова: роман, история, сюжет, генезис образа

Заявление о конфликте интересов. Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

История статьи: поступила в редакцию 18 ноября 2022 г.; отрецензирована 20 декабря 2022 г.; принята к публикации 5 января 2023 г.

Для цитирования: Соколов Б.В. Ф.М. Достоевский и Н.И. Костомаров: генезис образа Смердякова в романе «Братья Карамазовы» // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2023. Т. 28. № 1. С. 21–29. <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2023-28-1-21-29>

Fyodor Dostoevsky vs. Nikolai Kostomarov: genesis of Smerdyakov's character in *The Brothers Karamazov*

Boris V. Sokolov

*Association of Researchers of the Russian Society (AIRO-XXI),
11 Chusovskaya St, bldg 7, Moscow, 107207, Russian Federation*

✉ bvsokolov@yandex.ru

Abstract. The author examines one of the episodes of N.I. Kostomarov's *Autobiography* – the circumstances of his father's murder as the main source of Smerdyakov's image in F.M. Dostoevsky's novel *The Brothers Karamazov* and its correlation with Dostoevsky's criticism of



the idea “If there is no God, then everything is allowed!”. It is proved that Dostoevsky could have learned this episode in an oral transmission either personally from Kostomarov, or through mutual acquaintances with him. The connection is traced through the common Turkic origin of the surnames Kostomarov and Karamazov. It is proved that in *The Brothers Karamazov* Dostoevsky stands against Kostomarov's opinion about the differences between the South Russian and Great Russian families, expressed in the article *Two Russian Nationalities*.

Keywords: novel, history, plot, image genesis

Conflicts of interest. The author declares that there is no conflict of interest.

Article history: submitted November 18, 2022; revised December 20, 2022; accepted January 5, 2023.

For citation: Sokolov, B.V. (2023). Fyodor Dostoevsky vs. Nikolai Kostomarov: Genesis of Smerdyakov's character in *The Brothers Karamazov*. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 28(1), 21–29. <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2023-28-1-21-29>

Введение

Последнее произведение Ф.М. Достоевского – роман «Братья Карамазовы» (1878–1880) неизменно привлекает внимание исследователей. Хотя роман не был окончен, и писатель предполагал написать второй том, где собирался проследить дальнейшую судьбу героев, «Братья Карамазовы» выглядит как произведение вполне законченное и сюжетно, и фабульно, а потому не нуждающееся в продолжении для своего целостного восприятия. Неслучайно Достоевский предполагал, что второй том будет отдельным романом, пусть даже и более значительным, чем первый, и вместе с «Братьями Карамазовыми» составит дилогию. В предисловии к «Братьям Карамазовым» писатель признавался, что «жизнеописание-то у меня одно, а романов два. Главный роман второй – это деятельность моего героя уже в наше время, именно в наш теперешний текущий момент. Первый же роман произошел еще тринадцать лет назад, и есть почти даже и не роман, а лишь один момент из первой юности моего героя» (Достоевский, 1972–1990, т. 14, с. 6). Однако писателю не было отпущено времени для реализации этого замысла, поскольку Достоевский умер через два месяца после публикации «Братьев Карамазовых», который справедливо воспринимается как итоговый для его творчества и духовных поисков. Из всех главных героев романа тесно связанные друг с другом образы Федора Карамазова и Павла Смердякова воспринимаются как полностью завершенные, поскольку их земная жизнь заканчивается на протяжении романа, и дальнейшее развитие этих образов исключалось. На наш взгляд, генезис образа Смердякова до сих пор прояснен недостаточно, и мы попробуем ее прояснить, обратившись к одному интересному источнику.

Обсуждение

Карамазовы и Костомаровы

«Автобиография» известного украинского и российского историка Н.И. Костомарова была впервые опубликована в 1890 году, через пять лет после его смерти (Костомаров, 1890). Отец Н.И. Костомарова, помещик Иван Пет-

рович Костомаров, был убит 14 июля 1828 года в своем имении Юрасовка Острогожского уезда Воронежской губернии. Вот как это трагическое событие запечатлено в «Автобиографии»: «В имении моего отца было несколько переселенцев из Орловской губернии; из них кучер и камердинер жили во дворе, а третий, бывший также прежде лакеем, был за пьянство изгнан со двора и находился на селе. Они составили заговор убить моего отца с намерением ограбить у него деньги, которые, как они доведались, у него лежали в шкатулке. К ним пристал еще и человек, бывший моим дядькой во время пребывания моего в московском пансионе. Злодейский умысел крылся уже несколько месяцев, наконец, убийцы порешили исполнить его 14 июля. Отец мой имел привычку ездить для прогулки в леса на расстоянии двух-трех верст от двора, иногда со мною, иногда один. Вечером в роковой день он приказал заложить в дрожки пару лошадей и, посадив меня с собою, велел ехать в рощу, носившую название Долгое. Усевшись на дрожки, я по какой-то причине не захотел ехать с отцом и предпочел, оставаясь дома, стрелять из лука, что было тогда моею любимую забавою. Я выскочил из дрожек, отец поехал один. Прошло несколько часов, наступила лунная ночь. Отцу пора было возвращаться, мать моя ждала его ужинать – его не было. Вдруг вбегает кучер и говорит: «барина лошади куда-то понесли». Сделался всеобщий переполох, послали отыскивать, а между тем два лакея, участники заговора, и – как есть подозрение – с ними и повар обдeldывали свое дело: достали шкатулку, занесли ее на чердак и выбрали из нее все деньги, которых было несколько десятков тысяч, полученных моим отцом за заложенное имение. Наконец, один из сельских крестьян, посланный для отыскания барина, воротился с известием, что «пан лежит неживый, а у его голова красие и кровь дзюрчить». С рассветом 15 июля мать моя отправилась со мною на место, и нам представилось ужасное зрелище: отец лежал в яру с головой, обезображенной до того, что нельзя было приметить человеческого образа. Вот уже 47 лет прошло с тех пор, но и в настоящее время сердце обливается кровью, когда я вспомню эту картину, дополненную образом отчаяния матери при таком зрелище. Приехала земская полиция, произвела расследование и составила акт, в котором значилось, что отец мой несомненно убит лошаадьми. Отыскали даже на лице отца следы шипов от лошадиных подков. О пропаже денег следствия почему-то не произвели» (Костомаров, 1872, с. 431).

Судя по временной дистанции в 47 лет, соответствующий эпизод автобиографии был написан в 1875 году. По словам Н.И. Костомарова, отец «у себя в имении собирал кружок своих крепостных и читал им филиппики против ханжества и суеверия. Крестьяне в его имении были малоруссы и туго поддавались вольтерианской школе; но из дворни было несколько человек, переведенных из Орловской губернии, из его материнского имения; и последние, по своему положению дворовых людей имевшие возможность пользоваться частыми беседами с баринoм, оказались более понятливыми учениками» (Костомаров, 1872, с. 427–428).

А в 1833 году приключился неожиданный финал этой истории: «...открылась и настоящая причина смерти отца моего. Кучер, возивший его в лес, явился к священнику и потребовал, чтобы был собран звоном народ:

он на могиле барина объявит всю правду о его смерти. Так было сделано. Кучер всенародно, припадая к могиле, находившейся близ церкви, возопил: «Барин, Иван Петрович, прости меня! А вы, православные христиане, знайте, что его убили не лошади, а мы, злодеи, и взяли у него деньги, а ими суд подкупили». Началось следствие, потом суд. Кучер обличил двух лакеев, которые, однако, от убийства упорно запирались, но не могли скрыть того, что грабили деньги и ими подкупали суд. К делу привлечен был и повар, но тот запирался во всем и за неимением улик был оставлен в покое. Главнейший же из убийц был уже в могиле. Замечательно, что когда виновных стали допрашивать в суде, кучер говорил: «Сам барин виноват, что нас искусил; бывало, начнет всем рассказывать, что бога нет, что на том свете ничего не будет, что только дураки боятся загробного наказания, – мы и забрали себе в голову, что коли на том свете ничего не будет, то значит все можно делать». Убийцы сосланы в Сибирь. Члены земской полиции были также привлечены к ответственности и приняли достойное наказание, но виновнейший из них, заседатель, во избежание грозящей судьбы отравился» (Костомаров, 1872, 437–438; см. также: Rosen, 1977, p. 714).

Тут, что называется, невооруженным глазом заметно сходство с линией Смердякова в романе «Братья Карамазовы», написанного за десять лет до первой публикации «Автобиографии» Н.И. Костомарова. Она, естественно, не могла послужить непосредственным источником романа Ф.М. Достоевского. Однако вполне вероятно, что Достоевский получил информацию, связанную с обстоятельствами убийства отца Костомарова, из устных источников. Интересно, что можно проследить определенную связь с реальным дворянским родом Костомаровых и вымышленным дворянским родом Карамазовых. Первый известный в истории представитель рода Костомаровых – Федор Костомаров был послан в 1592 году в Лондон правителем Московского государства Борисом Годуновым учиться и там и остался¹. В романе Достоевского главу рода Карамазовых тоже зовут Федор. Фамилия Костомаров была на слуху у Достоевского еще задолго до знакомства с известным историком. Русский военный инженер, генерал-лейтенант Коронат (Коронад) Филиппович Костомаров (1803–1873) в середине 1830-х годов, будучи капитаном, открыл в доме Решетникова по Лиговскому каналу пансион для подготовки кандидатов к поступлению в Главное инженерное училище. В этом пансионе летом 1837 года также учились Ф.М. Достоевский и его брат М.М. Достоевский. Сохранилось письмо братьев Достоевских отцу от 20 августа 1837 года, где они тепло отзывались о К.Ф. Костомарове: «Коронад Филиппович <...> к нам очень ласков и почти беспрестанно с нами занимается. Ежели бы Вы видели, какие теперь у нас приготовления к экзамену. По целым почти дням мы стоим у доски, и Кор<онад> Фил<иппович> экзаменует нас почти изо всего» (Достоевский, 1972–1990, т. 28, кн. 1, с. 399). Однако в дальнейшем отношения ухудшились, и в письме отцу, М.А. Достоевскому, от 5–10 мая 1839 года Ф.М. Достоевский писал, что «Костомаров обморочил Вас и только взял с Вас деньги за нас, тогда как мы бы могли

¹ Руммель В.В. Костомаровы // Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона. СПб., 1895. Т. XVI. С. 404.

и без приготовления поступить в училище» (Достоевский, 1972–1990, т. 28, кн. 1, С. 59). Возможно, это обстоятельство побудило Федора Михайловича наградить фамилией, частично восходящей к фамилии Костомаров, такого несимпатичного героя, как Федор Павлович Карамазов. Фамилия Карамазов, как и фамилия Костомаров, – тюркского происхождения. Фамилию Карамазов Достоевский, с одной стороны, произвел от фамилии известного историка Н.М. Карамзина (1788–1826). Уже в романе «Бесы» (1871–1872) появился Семен Егорович Кармазинов – прозрачная пародия на писателя И.С. Тургенева (1818–1883), тоже обладавшего фамилией тюркского происхождения. Фамилия Карамзин происходит от имени некоего татарина Кара-Мурзы, перешедшего на русскую службу. «Кара» в тюркских языках значит «черный», а «мурза» – «правитель, военачальник» (от персидского «амір-задэ» – «принц»). Фамилия Карамазов также произведена от имени Кара-Мурза, но сконструирована Достоевским по образцу другой, хорошо известной ему фамилии тюркского происхождения – Костомаров. Эта фамилия происходит от тюркских слов «кос» – «пара, парный, двойной» и «томар» – «кочка, бугорок, бугор, пень, малый водоем, заросший кочками». Есть три села с названием «Костомар» в Северном Казахстане, сравнительно недалеко от тех мест, где Ф.М. Достоевский служил в Сибирском линейном батальоне в Семипалатинске (ныне Семей): в Аршалынском районе Акмолинской области, в Костанайском районе Костанайской области и в Иртышском районе Павлодарской области (последнее ликвидировано в 2015 году). «Костомар» можно перевести как «пара кочек» или «пара бугорков». По всей вероятности, родоначальник фамилии Костомаров либо имел имя или прозвище «Костомар», либо происходил из населенного пункта с этим названием.

Искушение Смердякова

Павел Федорович Смердяков – слуга, повар и внебрачный сын помещика Федора Павловича Карамазова. Он совершает убийство отца под влиянием идей его старшего сына Ивана Федоровича Карамазова, рассчитывая, что в благодарность тот признает его братом и вознаградит его. После убийства Смердяков крадет деньги Ф.П. Карамазова. Весь его расчет строится на том, что Иван Карамазов желает смерти отца. Когда же выясняется, что Иван совсем не желал смерти отца, план Смердякова полностью расстраивается, и он, вернув украденные деньги, кончает с собой, повесившись (Kantor, 2001, р. 189–225).

Впервые на параллель между образом Смердякова и «Автобиографией» Н.И. Костомарова обратил внимание М.С. Альтман. Процитировав фрагменты «Автобиографии», касающиеся вольтерьянских бесед отца Н.И. Костомарова со своими крепостными и признания убийцы-кучера в том, что барин его и сообщников «искусил», исследователь пришел к следующему выводу: «Достоевский вполне мог знать ходившие слухи о смерти Костомарова, но если бы он даже их и не знал, это не существенно. Подобного рода рассказы были распространены среди дворян в крепостное время и вызывались страхом «господ» перед опасно умными слугами: кто отрицает господ, может, разумеется, отрицать и господ. Баре-вольтерианцы не забывали изречения Вольтера: «Если бы бога не было, его следовало бы выдумать», выдумать хотя бы

для сохранения своего господства и уж пуще всего не обучать безбожию слуг. Вот это самое мы имеем в «Братьях Карамазовых», где слуга Смердяков, наученный Иваном Карамазовым, что все позволено, убивает Федора Карамазова...» (Альтман, 1975, с. 121–122). Однако в комментариях к академическому собранию сочинений Достоевского выявленная М.С. Альтманом параллель отмечена не была (Достоевский, 1972–1990, т. 15, с. 393–619). Скорее всего, это произошло потому, что открытие саратовского исследователя не успели учесть. Его книга была подписана в печать только 30 декабря 1975 года, а соответствующий том собрания сочинений Ф.М. Достоевского был сдан в набор еще 9 октября 1975 года, а подписан в печать 28 апреля 1976 года.

Однако есть основания полагать, что именно рассказ Н.И. Костомарова о гибели отца послужил главным источником образа Смердякова. Уж слишком тесные параллели оказываются у Достоевского с этой трагической историей. Смердяков, подобно одному из участников заговора против И.П. Костомарова, был поваром. Как и в «Автобиографии», после убийства он завладел деньгами Федора Петровича. И, подобно земскому заседателю, игравшему ключевую роль в сокрытии убийства И.П. Костомарова, Смердяков кончает с собой, только не травится, а вешается. Что еще важнее, покаянные слова кучера о том, что раз барин говорил, что «бога нет, что на том свете ничего не будет, что только дураки боятся загробного наказания, – мы и забрали себе в голову, что коли на том свете ничего не будет, то значит все можно делать», совпадает с сутью учения Ивана Карамазова: если Бога нет, то все позволено. И, вероятно, случай с убийством И.П. Костомарова был единственным известным случаем, когда крепостные убили своего барина, вдохновившись проповедуемым им атеистическим учением (или, по крайней мере, этим учением оправдывали убийство). Вероятно, отсюда и созвучие фамилий Костомаров и Карамазов.

Разумеется, Достоевский не мог читать первую публикацию костомаровской «Автобиографии», так как умер девятью годами ранее. Но можно не сомневаться, что устный текст рассказа о гибели отца сложился у Костомарова не позднее 1875 года, а скорее всего – значительно раньше, и он наверняка рассказывал этот яркий и нравоучительный эпизод своим друзьям и знакомым.

Ф.М. Достоевский против Н.И. Костомарова

Достоевский в 1864 году собирался опубликовать статью с возражениями на утверждения Костомарова о трусости князя Дмитрия Донского во время Куликовской битвы (здесь Федор Михайлович солидаризировался с позицией своего друга историка М.П. Погодина). Статью Достоевский не опубликовал, сохранились лишь подготовительные материалы (Достоевский, 1972–1990, т. 28, кн. 2, с. 395, примеч. 8). Достоевский критически относился к взглядам Костомарова на русскую историю. В письме А.Н. Майкову 12 (24) февраля 1870 года он упоминал не без иронии ««Вестник Европы», совокупивший у себя все, что есть блестящего из имен (Тургенева, Гончарова, Костомарова)» (Достоевский, 1972–1990, т. 29, кн. 1, с. 107). А в письме М.П. Погодину от 26 февраля 1873 года признавался, что «Костомарова не могу читать без негодования» (Достоевский, 1972–1990, т. 29, кн. 1, с. 264). Однако 7 февраля 1875 года Достоевский сообщал А.Г. Достоевской: «Исто-

рик Костомаров лежит в тифе» (Достоевский, 1972–1990, т. 29, кн. 2, с. 11). Обычно так пишут о человеке, которого знают лично. Поэтому нельзя исключить, что Достоевский мог слышать историю убийства И.П. Костомарова непосредственно от Н.И. Костомарова. Он также мог узнать ее от общих с историком знакомых. Предположительно, Ф.М. Достоевский мог встречаться с Н.И. Костомаровым в январе – апреле 1861 г. на вечерах у издателя Н.Л. Тиблена, с которым писатель подружился (Летопись..., 1999, т. 1, с. 318). Также Достоевский и Костомаров могли встретиться 3 декабря 1866 года на литературном вечере Общества для пособия нуждающимся литераторам и ученым, организованном в честь юбилея Н.М. Карамзина, который Федор Михайлович предположительно посетил. На этом вечере Костомаров читал свои произведения (Летопись..., 1999, т. 2, с. 84).

Несмотря на разницу взглядов с Н.И. Костомаровым на русскую историю, Достоевский интересовался его творчеством. Так, 11 февраля 1863 года он купил в книжном магазине А.Ф. Бабунова два тома труда Н.И. Костомарова «Севернорусские народоправства во времена удельно-вечевого уклада» (1863). В № 4 журнала братьев Достоевских «Время» за апрель 1863 года была опубликована в целом критическая рецензия П.В. Знаменского на эту книгу (Летопись..., 1999, т. 1, с. 392–393, 401). В октябрьском выпуске 1877 года «Дневника писателя» Достоевский в целом высоко оценил статью Н.И. Костомарова в № 478 «Нового Времени», посвященную обращению представителей польской эмиграции к русской общественности с предложением примириться и сотрудничать в научно-экономической сфере. Хотя он и полемизировал с отдельными ее положениями, но в целом назвал ее «превосходной», а костомаровские рассуждения против предложения поляков «ясными и точными» (Достоевский, 1972–1990, т. 26, с. 57–59). А Н.И. Костомаров среди немногих приглашенных присутствовал на выносе гроба с телом Ф.М. Достоевского 31 января 1881 года (Летопись..., 1999, т. 3, с. 558).

Более серьезной была скрытая полемика Достоевского с Костомаровым по украинскому вопросу. В статье «Две русские народности», впервые опубликованной в 1861 году, Костомаров утверждал: «Стремление к тесному слитию частей, уничтожение личных побуждений под властью общих, ненарушимая законность общей воли, выраженная как бы смыслом тяжелой судьбы, совпадают в великорусском народе с единством семейного быта и с поглощением личной свободы идеею мира, выразились в народном быте неделимостью семей, общинною собственностью, тяглом посадов и сел в старину, где невинный отвечал за виновного, трудолюбивый работал за ленивого. Для южнорусса нет ничего тяжелее и противнее такого порядка, и семьи южнорусские делятся и дробятся, как только у членов их является сознание о потребности самобытной жизни. Опека родителей над взрослыми детьми кажется для южнорусса несносным деспотизмом. Претензия старших братьев над меньшими, как дядей над племянниками, возбуждает неистовую вражду между ними. Кровная связь и родство у южноруссов мало располагают людей к согласию и взаимной любви; напротив, очень часто люди кроткие, приветливые, мирные и уживчивые находятся в непримиримой вражде со своими кровными. Ссоры между родными – явление самое

обыкновенное и в низшем, и в высшем классе. Напротив, у великоруссов кровная связь заставляет человека нередко быть к другому дружелюбнее, снисходительнее, даже когда он вообще не отличается этими качествами в отношении к чужим. В Южной Руси, чтоб сохранить любовь и согласие между близкими родственниками, надобно им разойтись и как можно менее иметь общего. Взаимный долг, основанный не на свободном соглашении, а на роковой необходимости, тягостен для южнорусса, тогда как великорусса он более всего успокаивает и умиряет его личные побуждения. Великоруссе из покорности долгу готов принудить себя любить своих ближних по крови, хотя бы они ему не по душе, снисходить к ним, потому что они ему сродни, чего бы он не сделал по убеждению; он готов для них на личное пожертвование, сознавая, что они того не стоят, но что они все-таки своя кровь. Южнорусс, напротив, готов, кажется, разлюбить ближнего за то, что он его кровный, менее снисходителен к его слабостям, чем к чужому, и вообще родство ведет его не к утверждению доброго расположения, а скорее к его ослаблению» (Костомаров, 1890, т. 1, с. 100–101).

Согласно дневниковой записи Х.Д. Алчевской, Достоевский отреагировал на этот пассаж в 1876 году следующим образом: «– Вы говорите, что в Малороссии существует независимость личности, что взрослый женатый сын выбирается на хозяйство, что на женщину не смотрят как на скотину, что часто она орудует в доме, что семья живет особняком. Что ж тут хорошего: женится сын, обособляется и тотчас делается врагом. Хозяйство делится по клочкам, интересы идут врозь, – вот вам и начало нищенства. Между тем как великорусская семья представляет собою общинное начало. Что за беда, если старика уважают в семье. Это не деспот, в нем для семьи олицетворяется известный идеал, он не потому властвует, что ему так вздумалось, – нет, он точно выполняет должность, назначенную ему природой, а все остальные вполне естественно подчиняются ему. Чувствуется близость, общность интересов, разделение труда, и взамен всего этого вы предлагаете обособленность, вражду» (Достоевский, 1990, т. 2, с. 339).

В контексте этой полемики роман «Братья Карамазовы» можно рассматривать как ее своеобразное продолжение. В семействе Карамазовых дети рано отделяются от родителей и, если брать костомаровскую классификацию, оказываются ближе к южнорусскому типу семьи, отдалившись от великорусского типа, и в этом Достоевский видит одну из причин карамазовских несчастий.

Заключение

Устное описание обстоятельств убийства отца Н.И. Костомарова самим историком повлияло на образы Смердякова и Федора Павловича Карамазова, которые иллюстрируют разрушительность лозунга: «Если Бога нет, то все дозволено!» Фамилия Костомаров, в свою очередь, послужила одним из источников для фамилии Карамазов. А сам сюжет «Братьев Карамазовых» оказывается полемичен по отношению к идее Н.И. Костомарова о превосходстве южнорусского типа семьи над великорусским.

Список литературы

- Альтман М.С.* Достоевский. По вехам имен. Саратов: Изд-во Саратовского университета, 1975. 280 с.
- Достоевский в воспоминаниях современников: в 2 т. М.: Художественная литература, 1990.
- Достоевский Ф.М.* Полное собрание сочинений: в 30 т. / под ред. В.Г. Базанова. Л.: Наука, 1972–1990.
- Костомаров Н.И.* Исторические монографии и исследования: в 15 т. Т. 1. СПб.: Издательство Д.К. Кожанчикова, 1872. 454 с.
- Костомаров Н.И.* Исторические произведения. Автобиография. Киев: Киевский государственный университет, 1989. 736 с.
- Костомаров Н.И.* Литературное наследие. Автобиография. Стихотворения. Сцены. Исторические отрывки. Малорусская народная поэзия. Последняя работа. СПб.: Типография М.М. Стасюлевича, 1890. 523 с.
- Костомаров Н.И.* Севернорусские народоправства во времена удельно-вечегового уклада. СПб., 1863.
- Летопись жизни и творчества Ф.М. Достоевского: в 3 т. / под ред. Н.Ф. Будановой, Г.М. Фридендера. СПб.: Академический проект, 1999.
- Kantor V.* Pavel Smerdyakov and Ivan Karamazov: the problem of temptation // Dostoevsky and the Christian Tradition / ed. by G. Pattison, D.O. Thompson. Cambridge University Press, 2001. Pp. 189–225.
- Rosen N.* Review: Starets Zosima in the Brothers Karamazov: a study in the mimesis of virtue. By Sven Linnér. Stockholm Studies in Russian Literature, 4. Stockholm: Almqvist & Wiksell International, 1975 // Slavic Review. 1977. Vol. 36. Issue 4. P. 714.

Сведения об авторе:

Соколов Борис Вадимович, доктор филологических наук, кандидат исторических наук, старший научный сотрудник Ассоциации исследователей российского общества (АИРО-XXI), Российская Федерация, 107207, Москва, Чусовская ул., д. 11, корп. 7. ORCID: 0000-0001-8147-4918. E-mail: bvsokolov@yandex.ru



ЗАРУБЕЖНЫЕ ЛИТЕРАТУРЫ

FOREIGN LITERATURE

DOI 10.22363/2312-9220-2023-28-1-30-40

EDN: IPRDIG

УДК 821.124

Научная статья / Research article

Phebi claro...: многоуровневая амбивалентность «двуязычной альбы»

В.Б. Семёнов 

*Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова,
Российская Федерация, 119234, Москва, Ленинские горы, д. 1, стр. 51*

 vadsemionov@mail.ru

Аннотация. Отмечены вехи истории наиболее значимых интерпретирующих транскрипций европейскими лингвистами и медиевистами памятника ранней романской лирики X века, анонимной песни Phebi claro., известной под апостериорно навязанным ей названием Alba Bilingue. Внимание к транскрипциям текста в целом и особенно припева, написанного предположительно на окситанском языке, дает возможность увидеть материализованными взгляды их авторов на специфику языка памятника, в частности на приписку словоформ к определенному языку и сфере определенной стилистической окраски (литературная речь vs. разговорная речь). Это в свою очередь позволяет понять, каким виделся каждому из исследователей реконструируемый единый смысл песни. Подчеркивается существование двух вариантов трактовки текст – как продолжения амвросианской аллегорической традиции религиозной поэзии и как предварения светского жанра альбы в любовной лирике трубадуров, проводится их оценка. Отдельно описаны стиховые формы памятника, которым уделяли мало внимания полемизирующие исследователи, и зафиксировано единство приемов эвфонии, что является важным фактом в свете того, что подавляющее большинство исследований обычно представляет латинские куплеты и романский припев в оппозиции, доходя до предположений о поздней вставке припева. Уделено внимание отсутствию единства в лирическом сюжете памятника ввиду того, что интерпретаторы не касаются данного сюжета как очевидно важного слоя текста. Указывается, что все трактовки тем или иным образом нацелены на упрощение, сужение смысла памятника, которое казалось достижимым в результате конъектур. Рассматривается предположение о том, что противоречия на всех уровнях текста могли быть изначально заданы анонимным автором данной песни и языковая, ритмическая, сюжетная и прочая амбивалентность есть ее естественное свойство, не требующее упрощающих однобоких трактовок.

Ключевые слова: ранняя романская поэзия, средневековая лирика, любовная лирика трубадуров, аллегория, рефрен, каталектический хореический триметр, антифонная структура

© Семёнов В.Б., 2023



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

Заявление о конфликте интересов. Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

История статьи: поступила в редакцию 27 октября 2022 г.; отрецензирована 30 ноября 2022 г.; принята к публикации 10 декабря 2022 г.

Для цитирования: Семёнов В.Б. *Phebi claro...*: многоуровневая амбивалентность «двуязычной альбы» // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2023. Т. 28. № 1. С. 30–40. <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2023-28-1-30-40>

***Phebi claro...*: the multilayered ambivalence of the “bilingual alba”**

Vadim B. Semyonov 

*Lomonosov Moscow State University,
1 Leninskiye Gory, bldg 51, Moscow, 119991, Russian Federation*

✉ vadsemionov@mail.ru

Abstract. The author presents the history of the most significant interpretive transcriptions made by European linguists and medievalists for the monument of early Romanesque lyrics of the 10th century, the anonymous song *Phebi claro...*, known under the a posteriori title imposed on it *Alba Bilingue*. Paying attention to the transcriptions of the text in general, and especially of the refrain, presumably written in Occitan, makes it possible to see the materialized views of their authors on the specifics of the language of the monument, in particular the assignment of word forms to a certain language and the sphere of a certain stylistic coloring (literary speech vs. vernacular speech). This, in turn, makes it possible to understand how each of the researchers saw the whole reconstructed meaning of the song. Attention to the existence of two options for interpreting the text – as a continuation of the Ambrosian allegorical tradition of religious poetry and as a pretext for the secular alba genre in the love lyrics of the troubadours – is drawn, and these options are evaluated. Separately, the verse forms of the monument, to which not enough attention was paid by polemical researchers, are described, and the unity of euphony techniques is stated, which is an important conclusion in the light of the fact that the vast majority of studies usually present Latin couplets and the Romanesque refrain in opposition, reaching the assumption of a late insertion of the refrain. The author pays attention to the lack of unity in the lyrical plot of the monument in view of the fact that the interpreters passed this plot as an obviously important layer of the text by. Also the author points out that in one way or another all interpretations were aimed at simplifying, narrowing the meaning of the monument, which seemed achievable as a result of conjectures, and suggests that contradictions at all levels of the text could be initially set by anonymous author of this song, and linguistic, rhythmic, plot, etc. ambivalence is its essential state, which does not require simplifying, one-sided interpretations.

Keywords: early Romanesque poetry, medieval lyrics, troubadour love lyrics, allegory, refrain, trochaic trimeter with catalectic, antiphonal structure

Conflicts of interest. The author declares that there is no conflict of interest.

Article history: submitted October 27, 2022; revised November 30, 2022; accepted December 10, 2022.

For citation: Semyonov, V.B. (2023). “*Phebi claro...*”: the multilayered ambivalence of the “bilingual alba”. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 28(1), 30–40. (In Russ.) <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2023-28-1-30-40>

Введение

Наследие провансальских трубадуров всегда привлекало исследователей высоким версификаторским техницизмом, отточенностью словесного живописания, богатством риторики, смысловой глубиной образов. Впору считать его не началом известных нам традиций средневековой лирики, а пиковым этапом в развитии того, что, возможно, скрыто туманом темных веков и раннего Средневековья. Были ли произведения указанных периодов много проще, безыскуснее окситанской лирики или в этом тумане можно отыскать блестящие артефакты? Широко известна достаточно прямолинейная по способу изложения материала, безыскусная в плане стиховых форм «Кантилена о св. Евлалии», но это не окситанский текст. Между тем интересные образцы «хорошо сделанных» сочинений окситанская традиция имеет. Притом сочинений, выглядящих сложно устроенными загадками, а потому вызывающих соревновательный интерес у специалистов-интерпретаторов. К одному из таких образцов энигматического текста мы и обратимся, чтобы, рассмотрев в общих чертах историю интерпретаций одной его стороны, а именно визуального представления на печати, увидеть за ней историю восприятия лирического сюжета, образов, ритмики и пр.

Таким образцом послужит «Альба из Флери» (фр. *L'Aube de Fleury*), или *Двуязычная альба* (ит. *L'Alba Bilingue*), созданная, как предполагают, в конце X века. Ее текст представлен в следующем рукописном источнике: MS Città del Vaticano, Biblioteca Apostolica Vaticana, Reg. lat. 1462, fol. 50v.

Обсуждение

Языковые особенности

(в связи с проблемой жанрово-родовой принадлежности)

Литературная латынь в трехстишиях – и стилистическое смешение элементов латинских с элементами народного романского языка (старопровансальского) в двустишии-припеве. Именно языковая форма припева превратила в глазах медиэвистов этот текст в лингвистическую (но потому и жанровую) загадку. Существуют десятки трактовок как латинских, так и романских элементов этого двустишия, версий происхождения словоформ, вариантов пословного членения текста, интерпретаций его графики и семантики. Несмотря на отдельные заголовки научных статей прошлого (Hilty, 1998, pp. 320–330), эта загадка так и не разгадана. Оформились два основных варианта трактовки языка и образов стихотворения, а потому и жанровой формы текста, но оба варианта, на наш взгляд, выглядят равно необоснованными.

Первая трактовка: текст – предвестник светских песен трубадуров с темой *gaité*. И *рассвет* упомянут (и вот уже текст, не имевший заглавия в манускрипте, получает его – и попадает в жанровый ряд *альб*, к которым, возможно, не имеет отношения, а заодно время его создания подтянуто к XI веку), и *дозорный кричит «Вставай!»* (словно будит влюбленных, в действительности в тексте *не указанных*), тут даже *мягкий свет* из второй латинской строки можно к выражению нежности приставить.

Вторая трактовка: текст – лирика, напротив, глубоко религиозная по теме и исполнению. Стихотворение (особенно латинские трехстишия) пере-

насыщено тропами, работающими на создание аллегии, например второго пришествия (alba) Христа (sol) из тьмы загробного мира (tenebras). И тогда суть текста – в утверждении торжества света над попоранной тьмой, то есть истин Христовых над языческим невежеством, а то и над силами ада. А если тема религиозная и основной язык текста – это латынь, то стихотворение церковное. И, скорее всего, не просто стихотворение, а песня, причем с антифонным исполнением: церковники поют трехстишия на латыни, паства подхватывает в припеве на некоем странном смешении языков (Canettieri, 2012, p. 295), которое по типу напоминает *харджу* как часть классического мосарабского *мувашишаха* (ранние образцы хардж тоже датированы X веком) (Roncaglia, 1950, p. 300).

Первая трактовка не выдерживает критики, потому что ее сторонники путают причину и следствие: трубадуры не были изобретателями мотива подачи дозорным сигнала тревоги, просто копируя действительность (а ведь во втором трехстишии идет речь о готовящихся напасть врагах). И вообще, видеть какие-то детали, связанные с рассветом, и при этом не видеть – если это альба – влюбленных, но в итоге утверждать близость песни к известному по более позднему времени жанру – это вносить в текст тот импрессионизм мироописания, которого в Средние века, разумеется, и быть не могло.

Вторая трактовка также не является удовлетворительной. Да, средневековые питало большую любовь к аллегориям, в том числе и религиозного толка. Однако, заметим, это отношение особенно проявляется на исходе Высокого Средневековья и оказывается нормой для Средневековья позднего. Но не для X века. Переносить на это столетие особенности литературы следующих этапов – значит делать то же самое, что распространять в рамках предыдущей трактовки специфику лирики трубадуров на словесность более раннего периода. Да, язык тем не менее может быть и метафорическим, однако для интерпретации смысла текста важно, из каких источников почерпнут строительный материал тропов. Феб, Аврора, звезда Арктур, северный ветер Аквилон, созвездие Колесницы (так Большую Медведицу обозначал еще Гомер в «Одиссее») – это довольно странный материал для создания аллегии о Христе. Больше смысла было бы в утверждении иллюстративного характера текста по отношению, допустим, к астрологии. Потому что если это все-таки аллегория, то она неожиданно *слишком полна рассветным туманом*.

Отдельно стоит припомнить, что обе версии своей статьей запустил один и тот же исследователь – Людвиг Ляйтнер. Он быстро откликнулся на выход статьи Иоганна Шмидта, открывшего эту песню для науки (Schmidt, 1881, s. 333–341) и высказавшегося об особенностях ее нотации и лексического строения (после него жанровое определение так и не менялось). Ляйтнер посмотрел на данную альбу на фоне традиционного для трубадуров описания ситуации, в которой *gaité*, дружественный часовой, подает условный сигнал о приходе рассвета влюбленным, и обратил внимание, что в латинских трехстишиях альбы описания героев прямо не называют влюбленных (в этом он прав, так как объект настойчивых воззваний дозорного, или городского стражника, описан так, что налицо двусмысленность: можно и влюбленных подставить, а можно и не уверовавших в Христово учение).

Он подсказал некоторым будущим исследователям возможность вписать данное сочинение в круг произведений провансальских трубадуров, но сам выразил сомнение в таком прочтении и склонился к иной версии: «И потому все стихотворение кажется духовным. О мирской ситуации предупреждения часовым пары влюбленных не свидетельствует ни единый слог. <...> С другой стороны, все напоминает нам о терминологии Амвросия и Пруденция» (Laistner, 1881, s. 418). Ляйтнер, увидев в создателе альбы человека с хорошим образованием, сослался на *Aeterne rerum conditor...* Амвросия Медиоланского (то есть на *Hymnus I “Ad Galli Cantum”*) и, скорее всего, намекнул на гимн I из *Cathemerinon* Пруденция.

Однако связь с текстом последнего кажется притянутой, основанной на том, что Пруденций в своем гимне подражал Амвросию. А обусловленность лексического и образного строения рассматриваемой альбы сочинением Амвросия Ляйтнер увидел в том, что во второй строфе указанного гимна есть слово *praeco*, к которому, вероятно, восходит слово *presco* во втором трехстишии альбы, – и только (слабое доказательство «терминологической» близости), и, может быть, в том, что в обоих текстах идет речь о противостоянии света тьме. Против такого сближения – главный факт: все подтвержденные гимны авторства Амвросия – хваления небесным силам, аллегория в них – развернутая, но она факультативна по отношению к задаче хваления (что же за аллегория такая, разгадка которой выдается с первых строк, содержащих обращение ко Вседержителю?). Между тем никакого вступительного хваления как важного структурного элемента амвросианской композиции в нашей альбе нет. Ляйтнер, по-видимому, понимал это, но стоял на том, что эта альба – образчик религиозной песни: «Припев, безусловно, заимствован из народного языка. Но из этого не следует, что автор свел все поэтические формы к светскому употреблению» (Laistner 1881, s. 420).

К сожалению, в XX веке среди интерпретаторов не нашлось ни одного, кто бы попробовал увидеть в данной песне реалистическую пейзажную зарисовку из обыденной жизни средиземноморского города: *Phebi* и *sol* – это, возможно, просто про солнце, *aurora* и *alba* – просто про зарю, *tenebras* – про темноту ночи и только. И странной кажется попытка сторонников взгляда на этот текст как на несветский соотнести его припев с харджей, в которой с литературными арабскими элементами смешивались местные разговорные романские и иные формы, с харджей, в которой речь шла вовсе не о платонической любви и не о религии.

Текст

Дипломатическая транскрипция:

<i>Phebi</i> claro nondum orto iuare;	Fert aurora lumenterris tenue
Spiculator pigris clamat surgite;	Lalba par um&mar atra sol
Poypas abigil miraclar tenebras;	Enincautos ostium insidie
Torquentesq; gliscunt intercipere;	Quossuad& precoclamat surgere
Lalba part um&mar atra sol;	Poy pas abigil miraclar tenebras
Abarcturo disgregatur aquilo;	Polisuos condunt astra radios
Orienti tenditur septemtrio;	Lalbart part um&mar atra sol; Poy pas abigil

Перевод. По указанной причине «трудного» прочтения двуязычного припева мы даем здесь перевод латинских трехстиший, оставляя припев по-

чти в стороне. Среди писавших о тексте бытует мнение, что его копировал малограмотный писец (Лемехов, 2021, с. 14), возможно, ориентировавшийся в романском языке меньше, чем в латыни. Это, вероятно, гиперболическое заострение, однако факты налицо: так, в припеве в одной и той же позиции встречаем первый раз *par*, но затем *part*. И это понуждает не исключать того, что писец был невнимательным, неопытным и т. д.

Яркий Феб еще не взошел,
Несет заря на землю мягкий свет.
Дозорный кричит ленивому: «Вставай!»
 Рассвет <...> море <...> солнце
 <...> тьма
Вот за воротами засада на неосторожных,
<Которых> жаждут захватить расслабленными
<И> которых кричащий увещевает и призывает встать.
 Рассвет <...> море <...> солнце
 <...> тьма
От Арктура удалился Аквилон,
Скрывают звезды свои лучи,
Колесница простирается <ковшом> на восток.
 Рассвет <...> море <...> солнце
 <...> тьма

Интерпретирующие транскрипции. Шмидт первым представил текст научному сообществу, вмешавшись в него минимально. Он даже сохранил сопутствующую тексту средневековую нотацию и вполне разумно обозначил словоразделы. Приведем начальное трехстишие с припевом (сам он песню на строфы не делил):

Phebi claro nondum orto iubare
Fert aurora lumen terris tenue
Spiculator pigris clamat surgite
Lalba par umet mar atra sol
Poy pas abigil miraclar tenebras
(Schmidt, 1881, s. 335).

Ляйтнер в своей работе транскрибировал только припев, поскольку особенно сильно вторгся с изменениями словоформ и словоразделов в его текст (эта транскрипция явно уводит от истинного ритма двустушия, и ученый, кажется, отрунул саму форму двустушия, зафиксированную в манускрипте, ради концевой, как ему показалось, рифмы *-as*):

l'alba part umet mar atras;
sol poi i pas,
ab egal n'irant las tenebras.
(Laistner, 1881, s. 417).

В 1929 г. свое виденье правильного графического облика как трехстиший, так и припева альбы отразила в книге «Средневековая латинская лирика» Хелен Уэдделл. Ее транскрипция латинских трехстиший только подчеркивает их строгий размер, так как указывает на место регулярной цезуры после третьего слога каждого стиха (это заметил еще Шмидт). А вот припев имеет странный вид: у первого стиха цезуры нет, а второй стих – с цезурой, делящей его на равные полустушия по шесть слогов, словно это *александрийский стих*, который еще не создан. Приведем первое трехстишие с припевом:

Phoebi claro nondum orto iubare,
 fert Aurora lumen terris tenue :
 spiculator pigris clamat 'surgite.'
L'alba part umet mar atra sol
Poy pasa bigil mira clar tenebras
 (Waddell, 1929, p. 138).

Полвека спустя необычную интерпретацию дала припеву Лючия Лаццерини (она на протяжении более тридцати лет в своих работах активно меняла словоформы в этом тексте):

Alba paret, tumet mare, atras sol
 poypas abiit miraclare tenebras
 (Lazzerini, 1979, p. 165).

А вот транскрипция оспаривавшего ее интерпретацию Герольда Хилти:

L'alba par(t), ume mar' atra's sol:
 Po y pas, a bigil, mira clar tenebras
 (Hilty, 1998, p. 329).

Годом ранее транскрипцию с причудливой расстановкой слов припева представил исследователь хардж Отто Звартъес, предположивший, что использование разговорных форм неопределенного романского диалекта могло оказаться эклектической «вставкой припева из народной традиции»:

Phebi claro nondum orto iubare,
 fert Aurora lumen terris tenue:
 spiculator pigris clamat: "surgite!"
L'alba par' umet mar
atra sol,
poy pas' a bigil,
mira clar tenebras!...
 (Zwartjes, 1997, p. 302).

Наконец, последней оригинальной транскрипцией была та, где межстиховая граница припева была передвинута таким образом, чтобы образовалась рифма *pas/tenebras* (в которой вообще нет необходимости, если в трехстишиях нет обычных концевых рифм). Такое отграничение рифмованного романского припева от нерифмованных латинских строк осуществил Т. Фуэнте Корнехо:

Phoebi claro nondum orto iubare,
 fert Aurora lumen terris tenue:
 spiculator pigris clamat "surgite".
L'alba par' umet mar atra sol poy pas
a vigil, mira clar tenebras!
 (Fuente Cornejo, 1999, p. 61).

Как видим, большинство реконструкций «правильной» графической формы альбы тесно связаны с вопросом о лексическом составе припева-двустушия, о языковой принадлежности лексем.

Особенности стиховой формы

Поскольку основной массив лексики – латынь, не приходится ждать регулярных концевых рифм. Ожидаемо встречаются гомеотелевтоны в смежных латинских строках: *intercipere/surgere*. Здесь же, в трехстишиях, раздолье «внутренних рифм» в виде повторов двух и более звуков: *claro/iubare*, *fert/terris/tenue*, *spiculator pigris clamat surgite* (повторы *pi*, *c-l-t*, *gri/rgi*),

incautos/insidie, torpentesque/intercipere, arcturo/disgregatur, astra/radios, orienti tenditur septemtrio (ri, te, endi/enti). Та же картина и в припеве: нет у пары стихов концевых рифм, однако они внутри прорифмованы (*alba/atra, par/mar/miraclar, pas/tenebras*). Можно констатировать: на уровне инструментовки фонетический строй припева гармонирует с трехстишиями.

Со строфикой нет окончательной ясности: нет сомнений в том, что в альбе присутствуют три трехстишия, но с припевом – проблема. В рукописи, как мы наблюдаем, он записан в виде двустишия. Но правильно ли записывал писец? Если трехстишиям присущ строгий изосиллабизм (11 слогов), то строки припева отличает неравенство – 9 против 12 (отметим, что писец старался задать внутреннее деление этих двух строк на трехсложные группы). К тому же, если держаться мнения о том, что писец записывал слова с ошибками (а многочисленные «реконструирующие» интервенции в текст припева намекают на это), становится очевидной невозможность правильной интерпретации ритма двустишия.

По нашему мнению, на сегодняшний день наиболее убедительной выглядит давняя версия М.П. Симонелли. У метрической структуры трехстиший она отметила исключительные *изосиллабизм* и *изотонизм* и посчитала возможным «приблизить к структуре катаlecticеского хореического триметра», которая «не слишком часто встречается в среднелатинской поэзии, тем не менее примеры которой у нас существуют» (Simonelli, 1984, p. 302):

— — — — —

Нам только остается дополнить представленную схему строгой цезурой:

— — | — — —

Задача сложнее стояла перед Симонелли при объяснении метрики припева, но справиться с ней помогло внимание к факту обусловленности состояния текста мелодическими ходами, прописанными в рукописи над строчками. «Если мы возьмем вторую строку или, вернее, ту ее часть, которая по слогам соответствует размеру первой, – а здесь положение ударений, по видимому, принимается даже самыми современными исследователями (*Pou pas abigil miraclar*) – то мы столкнемся с ритмической имитацией хореического стиха с пятью ударениями. Чтобы иметь некоторую согласованность между первой и второй строкой, акценты первой должны быть такими: *L'alba par ume(t) mar atra sol*.

То есть у нас были бы две строки по девять слогов с пятью ударениями (1, 3, 5, 7 и 9), которые повторяют тот же ритм латинских стихов. Но во втором стихе есть слово *tenebras*, которое нужно читать с одним или двумя ударениями (*tenebras* или, с большей вероятностью, *tenebras*). Как бы вы ни захотели его прочитать, у слова *tenebras* есть все признаки *коды*, которая служит для того, чтобы привязать *рефрен* музыкально и ритмически к следующему куплету. Музыкально – потому что оно повторяет аналогичный мотив в каждом конце стиха латинского трехстишия (<...> *re-mi-re* для латинских

трехсложных слов на концах строк, *la-do-la* для слова *tenebras*), а также восстанавливает тон той же ноты (*la <...>*), с которой начинаются латинские строфы. Ритмически – потому что оно завершает рефрен трехсложником, которым заканчиваются и латинские стихи. С другой стороны, кажется, что текст был задуман для двухчастной песни: хор монахов или каноников, пел латинские строфы, а ответный хор, вероятно, народ или послушники, пел *рефрен*. А антифонная структура также накладывала ритмико-музыкальное соответствие между строфами и рефреном» (Simonelli, 1984, p. 303).

Чем хороша эта интерпретация? Во-первых, исследовательница, наблюдая за мелодическими ходами, сконцентрировала внимание не на ритмических отличиях трехстиший и припева, а, напротив, на сходстве ритмических элементов. Во-вторых, при вероятной неоднозначности предложенной акцентуации слов припева она постаралась также преодолеть разведение в стороны ритмических схем двух составляющих припев стихов. Особенно подробно она объяснила функцию слова *tenebras* (ведь в рамках предложенного взгляда на структуру припева как на хореическую это слово, казалось бы, нарушало схему: вслед за финальным ударным слогом *miracul* место слабой доли занимал начальный ударный слог *tenebras*). И ее объяснения позволяют домыслить ситуацию: без *tenebras* вторая строка припева входит в состояние точного ритмического соответствия первой, следовательно, во втором стихе создателю альбы нужно было бы обозначить границу повторяемой ритмической структуры первого стиха, поэтому именно столкновение ударных краев двух слов на эту границу указывает и превращает *tenebras* в некое ритмическое дополнение, по-видимому, особенным образом пропеваемое. К варианту двухударности этого слова, указанному Симонелли, можно добавить и третий: слово *tenebras* могло пропеваться в виде трех равно растянутых слогов.

Но описанная версия того, как следует интерпретировать метрику этой песни, верна лишь в том единственном случае, если мы остановились на одной определенной трактовке лексического наполнения строк припева, трактовке вида словоформ, трактовке принадлежности этих слов к конкретному языку (есть и сомневающиеся в том, что припев наполнен старопровансальской лексикой), а исследователи из числа историков романских языков наконец сошлись во мнениях и нашли такую гипотетическую трактовку единственно верной. Иначе энигматичная альба не оставалась бы загадкой и по сию пору.

Заключение

Для современного (хотя только ли для современного?) восприятия данный текст открывает череду противопоставлений, проявляющихся практически на всех его структурных уровнях. Мы увидели, что на внешнем, языковом уровне это билингвизм: классическая «книжная» латынь куплетов песни vs. народная романская лексика припева. На уровне ритма это предельно строгий хореический размер с регулярной цезурой, отличающий трехстишия-куплеты и связанный с поздней античностью (чтобы получилась метрическая схема амвросиева гимна, всего-то и нужно откинуть начальную сильную долю у каждого стиха нашего памятника), vs. заметно более хао-

тичный ритм двустипия-припева (эта «недооформленность» метра припева выразилась, как мы наблюдали, в самых разнообразных транскрипциях, которые затрагивали текст припева чаще и сильнее, чем текст любого из трехстиший). По Симонелли, ритм припева тоже восходит к стопам силлабометрики, но поскольку текст на *раннем* романском языке, нельзя исключать и влияния *тоники*.

На уровне риторической окраски нас также поджидает двойственность. Текст украшен тропами или они отсутствуют? Взять, к примеру, такие определения, как *ленивый*, *неосторожные*, *расслабленные*: это высокие метафоры, обозначающие маловеров, или эпитеты, замесившие в тексте ту пару любовников, о которых будут петь в альбах будущих веков? А ведь эти важные лексические элементы – основа соответствующих образов, и, поскольку образы встроены в некую традиционную систему (религиозный сюжет о свете церковных истин vs. светский сюжет об адюльтере), от них протягивается нить к полному смыслу текста, к трактовке лирического сюжета в целом.

Кстати, о сюжете, которому исследователи в баталиях по поводу лексического строя текста практически не уделяли внимания. Лирический сюжет тоже должен иметь свою логику поступательного развертывания. Но в данном случае трудно судить, один сюжет или нет. Первое трехстишие – и абстрактная пейзажная зарисовка, и бытовая сценка, которая до поры не несет тревогу. Второе – смена тона, связанная с неожиданным переходом к изображению опасности (образ «ворот» темен: ворота города vs. ворота городского поместья или дверь дома; враги города скрываются у его ворот и планируют ворваться и захватить спящих горожан vs. ревнивый муж готовится поймать влюбленных с поличным). Наконец, третье – смена локуса, укрупнение масштаба, перемещение в астрономо-астрологическую «реальность». В последнем трехстишии, скорее всего, речь идет о смене времен года, поскольку для жителей средиземноморской зоны Большая Медведица/Колесница поворачивается ковшом на восток весной (отсюда, очевидно, и «мягкий свет» первого трехстишья), созвездия поворачиваются по умозрительной оси и созвездие Волопаса, к которому относится Арктур, смещается с севера, поэтому упомянутая звезда и Аквилон разъединяются. Но во всем этом также нет ничего тревожного. Видимо, такое «клиповое» сюжетное построение – отдельная загадка данного памятника.

Слишком много загадок, чтобы считать их случайными. Не исключено, что к этому тексту, полному *загадок без ключей*, все-таки есть ключ. И таким ключом, по нашему подозрению, может быть как раз заведомая для неизвестного создателя текста его *амбивалентность*, его срединное состояние – в зазоре между различными языковыми традициями и жанровыми явлениями. Действительно, энигматичность «двуязычной альбы», которая, быть может, вовсе и не альба, повышала градус по мере того, как исследователи пытались привести текстовые данные к какому-либо одному знаменателю. Каждому казалось, что открывающий смыслы код дан только ему. Но не может ли быть так, что текст сложным, многослойным, амбивалентным в каждой своей мелкой детали и задуман? В таком случае ситуация со «вскрытием» этого текста, который не следовало бы упрощать, могла бы оказаться близ-

кой к той, что описана в «Маятнике Фуко» медиевиста У. Эко, и паролем, дающим доступ к научному освещению темного смысла этого памятника, мог стать такой: *нет пароля*.

Список литературы / References

- Canettieri, P. (2012). L'alba di Fleury da un'altra specola. *Romance Philology*, 66(2), 211–308.
- Fuente Cornejo, T. (1999). *La canción de alba en la lírica románica medieval: Contribución a un estudio tipológico*. Oviedo: Universidad de Oviedo.
- Hilty, G. (1998). L'énigme de l'Aube de Fleury est-elle déchiffrée? *Revue de linguistique romane*, 62, 320–330.
- Laistner, L. (1881). Zur ältesten Alba. *Germania*, 26, 415–420.
- Lazzerini, L. (1979). Per una nuova interpretazione dell'Alba bilingue (cod. Vat. Reg. 1462). *Studi medievali. Serie III*, 20, 139–184.
- Lemekhov, S. (2021). *The origins of European lyrics. Alba*. Yekaterinburg: Izdatelskiye Resheniya Publ. (In Russ.)
- Лемехов С. (2012). Истоки европейской лирики. Альба. Екатеринбург: Издательские решения, 2021.
- MS Città del Vaticano. Biblioteca Apostolica Vaticana. Reg. lat. 1462. Fol. 50v.
- Roncaglia, A. (1951). Il Muratori e la “tesi araba” sulle origini della ritmica romanza. *Miscellanea di Studi Muratoriani: Atti e memorie dell'Convegno di studi storici in onore di L.A. Muratori, tenuto in Modena 14–16 aprile 1950* (pp. 300–314). Modena.
- Schmidt, J. (1881). Die älteste Alba. *Zeitschrift für deutsche Philologie*, 12, 333–341.
- Simonelli, M.P. (1984). A proposito dell' “Alba Bilingue”. *Annali Istituto Universitario Orientale. Sezione Romanza* (pp. 297–330). Napoli.
- Waddell, H. (1929). *Mediaeval Latin lyrics*. New York: Henry Holt & Co.
- Zwartjes, O. (1997). *Love songs from Al-Andalus: History, structure, and meaning of the Kharja*. Leiden: Brill Academic.

Сведения об авторе:

Семёнов Вадим Борисович, кандидат филологических наук, доцент кафедры теории литературы, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Российская Федерация, 119234, Москва, Ленинские горы, д. 1, стр. 51. ORCID: 0000-0003-2532-5381. E-mail: vadsemionov@mail.ru

Bio note:

Vadim B. Semyonov, Candidate of Philology, Associate Professor at the Theory of Literature Department, Lomonosov Moscow State University, 1 Leninskiye Gory, bldg 51, Moscow, 119991, Russian Federation. ORCID: 0000-0003-2532-5381. E-mail: vadsemionov@mail.ru



DOI 10.22363/2312-9220-2023-28-1-41-50

EDN: IWTXBF

УДК 82.01

Научная статья / Research article

Между даосизмом и конфуцианством: тенденции развития лирической поэзии периода Западная Цзинь

Д.Е. Малахевич

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,
Российская Федерация, 125009, Москва, ул. Моховая, д. 11, стр. 1*

✉ malakhevichd@yandex.ru

Аннотация. Выдвигается тезис о том, что сосуществование даосизма и конфуцианства на исторической арене династии Западная Цзинь привело литераторов к перемещению в своем творчестве от одного «полюса» к другому, отражению как единства, так и противостояния этих двух направлений философской мысли. Вопреки распространенному мнению, «учение о сокровенном» (сюаньсюэ) не вытеснило конфуцианство с места ведущей идеологии, а сосуществовало с ним. Данный симбиоз привел также к возникновению «двойного амплуа» у литераторов исследуемого периода: в своем творчестве поэт мог выступать то в качестве конфуцианского книжника, то в качестве отшельника, наполняя стихотворение соответствующими мотивами. На примере лирики западно-цзиньских авторов рассматриваются основные тенденции в поэзии того времени, прослеживается взаимодействие конфуцианства и даосизма в качестве двух «полюсов» сознания раннесредневековых китайских литераторов. Анализируется социально-политический контекст эпохи, основные идеологические течения в литературе и их воплощение в лирике периода Западная Цзинь (265–316 гг.). Научные новизна и ценность данной работы обусловлены недостаточной изученностью литературы указанного периода не только в отечественной, но и в зарубежной синологии.

Ключевые слова: раннесредневековая китайская поэзия, китайская натурфилософия, сюаньсюэ, Чжан Хуа, Цзо Сы, Го Пу

Заявление о конфликте интересов. Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

История статьи: поступила в редакцию 15 октября 2022 г.; отрецензирована 10 ноября 2022 г.; принята к публикации 25 декабря 2022 г.

Для цитирования: Малахевич Д.Е. Между даосизмом и конфуцианством: тенденции развития лирической поэзии периода Западная Цзинь // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2023. Т. 28. № 1. С. 41–50. <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2023-28-1-41-50>

© Малахевич Д.Е., 2023



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

Between Taoism and Confucianism: tendencies in lyric poetry of the Western Jin period

Daria E. Malakhevich

*Lomonosov Moscow State University,
11 Mokhovaya St, bldg 1, Moscow, 125009, Russian Federation*

✉ malakhevichd@yandex.ru

Abstract. The author argues that the coexistence of Taoism and Confucianism in the historical arena of the Western Jin dynasty led to the fact that literati in their works moved from one “end of the spectrum” to another, reflecting both the unity and opposition of these two areas of philosophical thought. Contrary to popular belief, the xuanxue philosophy did not replace Confucianism as the leading ideology, but coexisted with it. This symbiosis also led to the emergence of a “dual role” for the literati of the period in question: in their work, a poet could act both as a Confucian scribe and as a hermit, filling the poem with relevant motifs. The author provides an overview of the main trends in the poetry of Western Jin era, leading to the conclusion that the interaction of Confucianism and Taoism as the two “ends of the spectrum” of consciousness of early medieval Chinese literati. The social and political context of the era, the main ideological currents in literature and their embodiment in the poetry of the Western Jin period (265–316) are considered. The academic novelty and value of this work are due to the insufficient study of the literature of this period, not only in Russian but also in world Sinology.

Keywords: early medieval, Chinese poetry, Chinese natural philosophy, Daoism, Zhang Hua, Zuo Si, Guo Pu

Conflicts of interest. The author declares that there is no conflict of interest.

Article history: submitted October 15, 2022; revised November 10, 2022; accepted December 25, 2022.

For citation: Malakhevich, D.E. (2023). Between Taoism and Confucianism: Tendencies in lyric poetry of the Western Jin period. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 28(1), 41–50. (In Russ.) <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2023-28-1-41-50>

Введение

После падения династии Хань 汉朝 Китай вступает в эпоху Лючао 六朝, что с китайского переводится как «Шесть династий» (220–589 гг.) – непростой период раздробленности. Традиционно исследователи характеризуют его как эпоху упадка. Однако стоит отметить, что развитие литературы, и прежде всего поэзии, достигло в это время новых высот. Особенно это верно для поэзии времен династии Западная Цзинь 西晋 (265–316 гг.). Именно тогда произошло кратковременное объединение страны, с которым совпал расцвет лирической и одической поэзии (Серебряков, 2008, с. 48). В трактате *Шипинь* 诗品 («Категориях стихов») Чжун Жуна 锺嵘 (468–518 гг.) говорится, что в конце III в. творили три Чжана (Чжан Кан 张亢, Чжан Се 张协 и Чжан Цзай 张载), два Лу (Лу Цзи 陆基 и Лу Юнь 陆云), два Паня (Пань Юэ 潘岳 и Пань Ни 潘尼) и один Цзо (Цзо Сы 左思). Известны были также

Чжан Хуа 张华 и Фу Сюань 傅玄. Творчество этих авторов сформировало течение *Тайканти* 太康体 («поэзия в стиле Тайкан»), первым на существование которого указал сам Чжун Жун в предисловии к трактату *Шипинь*. Это течение по времени соотносится с периодом правления основателя династии Западная Цзинь – императора У-ди 武帝 (265–290 гг.). Мотивами поэзии в стиле *Тайкан* являются разочарование человека в общественных устоях, ощущение одиночества, ненужности, кратковременность бытия. В рамках данного течения выделилась в отдельную тематическую группу поэзия с отшельническими мотивами, или *чжаоинь* 招隐. Поэты предпочитали малую и среднюю формы (от 4 до 12 строк), в связи с чем поэтический язык развивался в сторону усложнения – широко использовались аллюзии *дяньгу* 典故, которые могли проявляться в форме цитат, как явных, так и скрытых, а также в форме топонимов, различных терминов и т. п.

В этот период также сложилась особая поведенческая модель, основанная на ситуативности: чиновник-интеллектуал, пребывая на службе, отождествлял себя с конфуцианским «благородным мужем», подчиняя этому образу всю свою деятельность, включая творческую; в свободное же время он отождествлял себя с образом даоса (или буддиста) и занимался видами деятельности, которые не подчинялись официальным догмам. Иными словами, утвердился образ лирического героя, наслаждавшегося жизнью в уединении, как даосский отшельник, но одновременно вобравшего в себя черты конфуцианского «великого человека» *дажэнь* 大人 (Кравцова, 1994, с. 28).

Примечательно, что, несмотря на все богатство поэтического наследия западноцзиньского периода, к его изучению даже китайские литературоведы приступили не так давно, и оно до сих пор недостаточно изучено в отечественной синологии.

Обсуждение

Конфуцианство и даосизм в эпоху династии Цзинь

Конфуцианство стало терять свои ведущие идеологические и мировоззренческие позиции еще в конце династии Хань 汉朝 (206 г. до н. э. – 220 г. н. э.). Крушение империи ознаменовало упадок конфуцианства в качестве ведущей идеологии, породило нестабильность в духовной и социальной сферах. Вторжения варваров также привели к изменениям в идеологической сфере – как по причине поиска альтернативных учений, которые бы давали надежду в смутные времена, так и вследствие культурной ассимиляции.

Тем не менее конфуцианство сохраняло позиции в сфере служилой интеллигенции, в повседневной жизни, оставаясь источником социальной регуляции, а главное – занимало ведущие позиции в образовательной сфере. Семья Сыма 司马, основавшая династию Западная Цзинь, с целью завоевать доверие и поддержку влиятельных семей опиралась именно на следование конфуцианским постулатам и поддержание системы образования, в основе которой лежали конфуцианские каноны. Цзиньский У-ди 晋武帝 (правил в 265–290 гг. н. э.) поддерживал систему меритократии путем отбора чиновников на службу через систему государственных экзаменов. После падения

ханьской империи продолжалось и изучение конфуцианских канонических текстов в академической сфере: так, например, еще в 241 г. н. э. при императорском дворе в Лояне 洛阳 прошел семинар по изучению *Луньюя* 论语 – основополагающего конфуцианского трактата.

И если конфуцианство сохраняло главенствующие позиции в сфере государственной службы и образования, то даосизм отвечал на те потребности, которым конфуцианство удовлетворить уже не могло. Во-первых, даосизм привлекал людей своей «практической ценностью» – талисманы, ритуалы экзорцизма, волшебные снадобья для обретения бессмертия стали особенно актуальны во времена войн и голода. Во-вторых, в условиях ослабления конфуцианства и постоянной политической нестабильности приобрели актуальность мотивы отшельничества, отказа от всего мирского, ухода в идиллический мир «садов и полей» *тяньюань* 田园. Представители течения «ветра и потока» *фэнлю* (фэнлю) призывали принять непостоянство жизни, даосские принципы самости *цзыжань* 自然 и недеяния *у-вэй* 无为, то есть следования своей природе и согласования своих действий с ритмом Вселенной – «действовать, не действуя». Все вышеперечисленное помогало людям примириться с постоянно меняющимися обстоятельствами. В западном китаеведении *фэнлю* часто рассматривали как альтернативу конфуцианству: традиционно конфуцианские ценности, такие как «сыновняя почтительность» и «отцовская любовь», преданность государю, любовь к музыке присутствовали в жизни «славных мужей». Однако они, как было сказано выше, более открыто выражали свои чувства, не стесняясь их. Философским обоснованием *фэнлю* стало направление *сюаньсюэ* 玄学, «Учение о сокровенном» (Орбодоева, 2016, с. 20).

Итак, даосизм отвечал на ряд актуальных потребностей интеллектуальной элиты Китая. С одной стороны, культ свободы и отрицание социальных норм давали возможность литераторам выражать собственную индивидуальность, искать свой уникальный голос, восставать против строгих конфуцианских ограничений, что порой выливалось в достаточно эксцентричные практики вроде расхаживания голышом. С другой стороны, даосизм представлял возможность духовного самосовершенствования – понятия, не чуждого и конфуцианству – с новой точки зрения. Сюда можно отнести и так называемые чистые беседы *цинтань* 清谈 – обсуждения философии и литературного творчества, известные также под названием «беседы о сокровенном» *сюаньтань* 玄谈. Интересно, что первые «беседы» имели место еще в конце династии Хань, когда они назывались «беседами о чистой добродетели» *циндэ чжи тань* 清德之谈, а в их содержании преобладала конфуцианская тематика (Хуземи, 2010, с. 30).

Мы видим, что, несмотря на некоторые фундаментальные различия, конфуцианство и даосизм имеют также и точки соприкосновения: понимание важности духовного развития, принцип самосовершенствования, традиция вдохновляться мудрецами прошлого и т. д.

Также важно отметить, что в III в. н. э. среди элит северного и южного Китая начал завоевывать популярность буддизм. В западноциньский период основным значением буддизма было распространение его заповедей по территории страны. В этот период велась, прежде всего силами адептов *сюаньсюэ*,

миссионерская деятельность, разрабатывались методики перевода буддийских трактатов на китайский язык. Однако, поскольку это направление было новым для Китая, менее знакомым китайским литераторам, чем конфуцианство и даосизм, а также встретило критику среди интеллектуалов – на протяжении нескольких веков велись активные дебаты по поводу идей кармы, перерождения, бессмертия души. Таким образом, эпоха Цзинь характеризуется сложными отношениями между набирающим силу буддизмом и традиционными учениями – конфуцианством и даосизмом (Янгутов, Орбодоева, 2018, с. 165). Именно под влиянием буддизма даосизм наполнился новым, религиозным содержанием. Тем не менее, так как буддизм все же был явлением относительно новым, еще не укоренившимся столь глубоко в умах и сердцах китайцев, в данной статье мы не рассматриваем его в качестве фундаментального «полюса сознания» китайских литераторов.

«Двойное амплуа» раннесредневековых китайских литераторов

Итак, мы видим, что на западноцзиньской литературной арене царило разнообразие: сосуществовали даосизм, буддизм и конфуцианство. Даже после краткого обзора становится очевидным, что концепция «культурного кризиса» в раннесредневековом Китае, выдвигаемая некоторыми исследованиями, является несостоятельной (Jansen, 2008, p. 400). Период Шести династий, или *Лючао* 六朝 (220–589 гг.), не должен рассматриваться как эпоха культурного упадка. Безусловно, общество подвергалось множеству потрясений: вторжения варваров, политические интриги, сложные жизненные условия. Философ Шу Си 束皙 (262–300) писал: «Утром брожу среди высоких башен, вечером падаю в пропасть уныния... Днем надеешься, ночью – вздыхаешь. На рассвете цветешь, а на закате – опадаешь» (Jansen, 2008, p. 410). Тем не менее, несмотря на политическую нестабильность, конфуцианство, по мнению некоторых исследователей, достигло в раннесредневековом периоде невиданного ранее культурного и политического значения.

Сочетание конфуцианства и даосизма в литературной сфере привело к тому, что начала складываться особая поведенческая модель, основанная на ситуативности: чиновник-интеллектуал, пребывая на службе, отождествлял себя с конфуцианским «благородным мужем» *цзюньцзы* 君子, подчиняя этому всю свою деятельность, включая творческую; в остальное же время он отождествлял себя с образом даоса (или буддиста) и занимался видами деятельности, которые не подчинялись конфуцианским нормам. Эта модель обогатила поэзию разнообразием формулировок, новыми мотивами и образами.

Рассмотрим, как это «единство противоположностей» проявлялось в западноцзиньской литературе. Для этого обратимся к творчеству трех крупных поэтов, творивших в III в. н. э.: Чжан Хуа, Цзо Сы и Го Пу.

Творчество Чжан Хуа

В первую очередь обратимся к творчеству Чжан Хуа 张华 (262–300 гг.). Его относят к плеяде авторов течения «Поэзия в стиле Тайкан», или *Тайканти* 太康体), зародившегося в конце III в. н. э. Большинство поэтов

этого направления были активно вовлечены в политику; тем не менее их творчество пронизано мотивами разочарования в общественной и политической жизни, призывами к эскапизму, печалью от осознания быстротечности человеческой жизни (Кравцова, 2004, с. 10). В творчестве Чжан Хуа отражен дуализм конфуцианства и даосизма, то, как литераторы того времени балансировали между бременем государственной службы и стремлением к отшельничеству.

Ярким примером является цикл «Три стихотворения, написанные в ответ Хэ Шао». Целесообразность выбора жанра послания объясняется тем, что в нем ярко отражены именно личные взгляды поэта, ведь послание является гораздо менее «официальным» жанром, чем, например, ода *фу* 賦. Из цикла «Три стихотворения, написанные в ответ Хэ Шао» (答何劭诗三首 *Да Хэ Шао сань шоу*) мы узнаем о тревогах и чаяниях поэта. Второе стихотворение цикла начинается со слов «Великий Гонимый создает мириады творений, / Рождает все сущее щедрое лоно Земли... / Едва лишь постиг я нехитрые истины эти, / К чинам и наградам стремленья бесследно прошли» (здесь и далее – перевод М.Е. Кравцовой). Мы видим, как даосизм становится альтернативой конфуцианству: заявляя об эфемерности всех земных богатств и почестей, даосизм стал выходом для разочаровавшихся в государственной службе. Здесь поэт выступает в амплу отшельника-даоса, который «любит тишину». Тем не менее далее Чжан Хуа с горечью восклицает: «Как долог мой путь и малы обретенные знанья! Как тяжек мой груз, а природных способностей нет!» Этот «груз», ноша, которую поэт вынужден нести – неотъемлемая часть его личности, сформированная под влиянием конфуцианских идеалов, от которой невозможно отказаться. Подтверждение довлеющей роли конфуцианства в сознании Чжан Хуа – также и используемая им аллюзия: «Достойный пример Чжоу Жэнь поколениям оставил». Чжоу Жэнь 周仁 (206 до н. э. – 8 н. э.) – сановник поздних веков, известный своей добродетелью. Он никогда не критиковал других придворных, отмечая, что прежде всего нужно следить за собой, отказывался от любых императорских подарков, не брал взяток, и был настолько скромным, что штопал собственную одежду, вместо того чтобы приобрести новую. Называя Чжоу Жэня примером для подражания, поэт показывает, что роль добросовестного чиновника является для него приоритетной. Однако в то же время Чжан Хуа сокрушается, что ему стоило бы «везти со старанием» свою «поклажу», но он «ночи не спит в ожидании неведомых бед». В этих строках – отражение кризиса мировоззрения раннесредневекового периода. Следование конфуцианской идеологии уже не спасало от беспокойства за настоящее и будущее, но и отказаться от веками вращенного чувства долга было невозможно. Мы видим, что в западноциньский период конфуцианство не просто не сдавало своих позиций, но и все еще оставалось ведущей идеологией, тем «полюсом сознания», который неизбежно притягивал к себе представителей интеллигенции, хотелось им этого или нет. На примере второго стихотворения цикла мы наблюдаем борьбу между конфуцианским сознанием, связанным с ним чувством долга, восприятием государственной службы как основным способом самореализации, и новыми, кажушимися столь при-

влекательными даосскими мотивами отшельничества, которые все же не могут заглушить чаяния ученого мужа-конфуцианца; это – борьба противоположностей, вызывающая духовный кризис.

В третьем стихотворении цикла («Как и хотел, я вернулся в уютный свой дворик») речь идет о дружбе – одной из ключевых конфуцианских ценностей. Хэ Шао 何劭 (236–301 гг.) был близким другом Чжан Хуа и также представителем течения «Поэзии в стиле Тайкан». Чжан Хуа рассказывает, что «вернулся в уютный свой дворик» и хотел бы оставить государственную службу, упоминая также и то, что его друг гуляет среди лугов, по «узорным травам». Тем не менее, хотя оба поэта и достигли столь желанного ими отшельничества, их не отпускает тоска друг по другу; эта потребность не может исчезнуть в одночасье, и социальные связи, важность которых всегда высоко оценивалась в конфуцианском учении, все же оказывались необходимыми. Единственным выходом для выражения этого конфликта становилось творчество: «кисть я беру [чтобы выразить чувства]...» – постоянно мы читаем в произведениях поэтов раннесредневекового периода. Поэзия становилась для них в первую очередь средством самовыражения, что подтверждает тезис об активном развитии самосознания литераторов того времени.

Творчество Цзо Сы

Подобную картину мы наблюдаем и в творчестве Цзо Сы 左思 (250–305 гг.), который был выходцем из небогатой семьи потомственного конфуцианца. Он всю жизнь стремился к чиновничьей карьере, но пришел к разочарованию в ней, к отказу от всех карьерных благ, резко критиковал засилье коррупции в придворных кругах своего времени и концентрацию власти в руках представителей знатных родов. Одно из крупнейших его произведений – цикл «Восемь стихотворений в жанре юнши» (咏史八首 Юнши башоу). Отличительной чертой цикла является использование многочисленных исторических аллюзий. Эти аллюзии крайне разнообразны: упоминаются ханьский поэт Сыма Сянжу 司马相如 (179–117 гг. до н. э.), живший в глубокой бедности, Чжу Майчэнь 朱买臣 (ум. 115 г. до н. э.), ученый муж, добывавший пропитание рубкой дров, но в то же время и отшельник Сюй Ю 许由, написавший известный даосский трактат Ян Сюн 杨雄 (53 г. до н.э. – 19 г. н. э.), живший на окраине города Чэнь Пин 陈平 (ум. 178 г. до н. э.) – бросивший службу чиновник. Цзо Сы обращается как к даосским, так и к конфуцианским идеалам, что в очередной раз демонстрирует наличие двух «полюсов» в сознании западнозиньских литераторов. С этой точки зрения примечательно первое стихотворение цикла, в котором поэт рисует образ лирического героя, наделяя его традиционными для конфуцианского книжника талантами, например литературными способностями, эрудицией, интересом к военной стратегии, описывая его карьерные амбиции, но в заключении стихотворения заявляет: «Добившись успеха, не попрошу ни жалованья, ни чина, откланяюсь... и удалюсь в хижину среди полей». Здесь мы видим, что и «конфуцианская», официальная, и «даосская», отшельническая, стороны жизни одинаково важны для поэта; чтобы иметь возможность наслаждаться жиз-

нюю «среди лесов и полей», необходимо сначала реализоваться на поприще государственной службы. В последнем стихотворении цикла, обращаясь попеременно то к одной, то к другой точке зрения, Цзо Сы замечательно передал настроения западноциньских интеллектуалов: «нелюдимый бедствующий ученый... хранит свое пустынное жилище»; «нет ни жалованья, ни *доу* риса»; приходится «ценить чувство меры и не желать излишеств». Столь незавидное положение подтолкнуло чиновников того времени обратиться к философии даосизма: Цзо Сы цитирует даосский трактат *Чжуанцзы*: «быть, как птица, что довольствуется лишь одной веткой, свивая гнездо в лесу». Мы видим, что даосизм стал для раннесредневекового книжника прибежищем, помогавшим ему справиться с трудностями, найти утешение на фоне крушения карьерных амбиций (Zhang, 2022, p. 43).

Творчество Го Пу

Если Чжан Хуа тяготеет более к конфуцианству, а Цзо Сы поддерживает относительный баланс между конфуцианством и даосизмом, то Го Пу 郭璞 (276–324 гг.) вдохновение для творчества черпает в идеологии даосизма. Го Пу – крупный сановник, филолог, комментатор, один из ведущих представителей направления *сюань янь ши* («стихи о сокровенном» 玄言诗). Он родился в знатном чиновничьем семействе, принимал участие в событиях 300–306 гг. (八王之乱 *Баван чжи луань*, «Мятеж восьми принцев»), после этого занимал ряд крупных государственных должностей. Комментировал такие основополагающие памятники, как трактат *Шанхайцзин* 山海经, поэтическая антология *Чуцы* 楚辞, словарь *Эрья* 尔雅. Писал как лирические стихотворения *ши* 诗, так и оды *фу* 赋. Наиболее ярким его произведением является цикл «Стихи о путешествии [к] бессмертным» (游仙诗 *Юсянь ши*). Лейтмотив цикла – обретение бессмертия: «Столичные цветы – прибежище искателей удачи, / А горные леса – отшельника желанная обитель. / <...> / Ручей увидев, зачерпнешь его живительную влагу, / И киноварные грибы собираешь на отвесных скалах. / Кто миновать уже сумел поток Божественной протоки, / Какая трудность для него подняться к облачным высотам?!» Данный цикл насыщен даосскими образами: острова бессмертных Пэнлай, «киноварный источник», волшебные «нефритовые деревья» и т. п. В его лирике часто употребляются слова «волшебный», «божественный», «таинственный». Отличаются лирические стихотворения Го Пу и особым колоритом – преобладающим цветом является киноварно-красный 丹 *дань*, колорит зачастую создается за счет образов драгоценных металлов, что, скорее всего, связано с увлечением даосской алхимией.

Несмотря на то, что Го Пу активно участвовал в политической жизни страны, в своем поэтическом творчестве он задействовал исключительно даосские образы. В этой связи стоит отметить, что родился он на четверть века позже, чем Чжан Ху и Цзо Сы; таким образом, на примере его творчества мы видим, как даосизм завоевывал все более уверенные позиции в сознании раннесредневековых литераторов.

Заключение

На примере творчества вышеупомянутых поэтов мы видим, что конфуцианство по-прежнему было прочно укоренено в сознании западно-цинских поэтов; оно определяло их жизненные ориентиры, карьерные амбиции, к конфуцианским идеалам западноцинские интеллектуалы обращались и на государственной службе; в то же время зачастую конфуцианские идеалы ощущались невыносимой «ношей» или, как писал Чжан Хуа, «оковами». В сложной социально-политической обстановке, в условиях засилья коррупции при дворе требование построить успешную карьеру зачастую казалось талантливым литераторам неосуществимым, а действующие чиновники чувствовали себя уставшими от дворцовых интриг. Отдушиной для западноцинской интеллигенции стало амплуа даосского отшельника, возврат к «садам и полям», как совсем скоро это назовет знаменитый поэт Тао Юаньмин 陶渊明 (365–427 гг.). Действительно, можно сказать, что в то смутное время литераторы находились между двумя «полюсами» – конфуцианством и даосизмом, разрывались между необходимостью строить карьеру, диктуемой традицией, и разочарованием в идеалах прошлых эпох. В поэзии это проявлялось в активном развитии пейзажной лирики со все большим количеством даосских мотивов, в сочетании с воспеванием конфуцианских идеалов, образа «благородного мужа»; в стихотворениях, посвященных радостям отшельнической жизни, поэты тем не менее выражали сожаление о невозможности реализовать свой талант на государственной службе и восхищались идеальными мудрецами прошлого, ссылались на конфуцианские трактаты.

Список литературы

- Кравцова М.Е. Опыт тематического анализа китайской лирической поэзии эпохи Шести династий (III–VI вв.) // *Asiatica: труды по философии и культурам Востока*. 2013. № 7. С. 28–59.
- Кравцова М.Е. Резной дракон: поэзия эпохи Шести династий (III–VI вв.) / пер. М. Кравцовой. СПб.: Петербургское востоковедение, 2004. <https://doi.org/10.17816/WMO46759>
- Кравцова М.Е. Формирование художественно-эстетического канона традиционной китайской поэзии (на материале поэтического творчества древнего и раннесредневекового Китая): автореф. дис. ... д-ра филол. наук. СПб.: Санкт-Петербургский государственный университет, 1994.
- Орбодоева М.В. Духовная культура Китая в период Вэй и Цзинь // *Genesis: исторические исследования*. 2016. № 5. С. 18–22. <https://doi.org/10.7256/2409-868X.2016.5.20842>
- Серебряков Е.А. Классическая поэзия // *Духовная культура Китая: энциклопедия: в 5 т. Т. 3. Литература. Язык и письменность* / под ред. М.Л. Титаренко, С.М. Аникеева, О.И. Завьялова, М.Е. Кравцова, А.И. Кобзев, А.Е. Лукьянов, В.Ф. Сорокин. М.: Восточная литература, 2008.
- Хузми Д.В. Образно-символический мир в поэзии Се Тяо (V в.): дис. ... канд. филол. наук. М.: МГУ имени М.В. Ломоносова, 2010.
- Янгутов Л.Е., Орбодоева М.В. Конфуцианство и даосизм в контексте их взаимоотношений с буддизмом в эпоху Вэй и двух Цзинь // *Вестник Бурятского научного центра Сибирского отделения Российской академии наук*. 2018. № 2 (30). С. 158–166.

Jansen T. New tendencies, religious and philosophical, in the Chinese world of the third through sixth centuries // *Conceiving the Empire: China and Rome Compared* / ed. by F.-H. Mutschler, A. Mittag. Oxford: Oxford University Press, 2008.

Zhang Y. Self-canonization in Zuo Si's "Poems on History" // *Journal of Chinese Humanities*. 2022. № 5. С. 215–244.

References

Jansen, T. (2008). New tendencies, religious and philosophical, in the Chinese world of the third through sixth centuries. In F.-H. Mutschler & A. Mittag (Eds.), *Conceiving the Empire: China and Rome Compared*. Oxford: Oxford University Press.

Khuzemi, D.V. (2010). *Imagery and symbolic world in the poetry of Xie Tiao (V century)* (Dr. Phil. Sci. Diss.). Moscow (In Russ.)

Kravtsova, M.E. (1994). *Formation of aesthetic canon of traditional Chinese poetry (on the material of poetic art of ancient and early medieval China)* (Dr. Phil. Sci. Diss.). St. Petersburg. (In Russ.)

Kravtsova, M.E. (2004). The Carved Dragon: The poetry of the Epoch of the Six Dynasties (III–VI centuries) (M. Kravtsova, Transl.). St. Petersburg: Peterburgskoe Vostokologie Publ. (In Russ.) <https://doi.org/10.17816/WMO46759>

Kravtsova, M.E. (2013). Experience of thematic analysis of Chinese lyric poetry of the Six Dynasties Era (III–VI). *Asiatica: Philosophy and Cultures of the East*, (7), 28–59. (In Russ.)

Orbodoeva, M.V. (2016). Spiritual culture of China in the Wei and Jin period. *Genesis: Historical Studies*, (5), 18–22. (In Russ.) <https://doi.org/10.7256/2409-868X.2016.5.20842>

Serebryakov, E.A. (2006). Classical poetry. In M.L. Titarenko, S.M. Anikeeva, O.I. Zavyalova, M.E. Kravtsova, A.I. Kobzev, A.E. Lukyanov & V.F. Sorokin (Ed.), *Spiritual Culture of China: Encyclopedia. Vol. 3. Literature. Language and Writing*. Moscow: Vostochnaya Literatura Publ. (In Russ.)

Yangutov, L.E., & Orbodoeva, M.V. (2018). Confucianism and Taoism in the context of their relationship with Buddhism in the Wei and Two Jin Era. *Bulletin of the Buryat Scientific Centre of the Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences*, (2), 158–166. (In Russ.)

Zhang, Y. (2022). Self-canonization in Zuo Si's "Poems on History". *Journal of Chinese Humanities*, (5), 215–244.

Сведения об авторе:

Малахевич Дарья Евгеньевна, магистр филологии, выпускница аспирантуры кафедры китайской филологии, Институт стран Азии и Африки, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Российская Федерация, 125009, Москва, ул. Моховая, д. 11, стр. 1. E-mail: malakhevichd@yandex.ru

Bio note:

Daria E. Malakhevich, MA in Philology, PhD graduate at the Department of Chinese Philology, Institute of Asian and African Studies, Lomonosov Moscow State University, 11 Mokhovaya St, bldg 1, Moscow, 125009, Russian Federation. E-mail: malakhevichd@yandex.ru



DOI 10.22363/2312-9220-2023-28-1-51-60
EDN: JCKISO
UDC 821.1.09

Research article / Научная статья

Food culture in Oonya Kempadoo's *All Decent Animals and Buxton Spice*

Isha Banerjee¹  , Rashmi Dubey² 

¹*Pt. Ravishankar Shukla University, Raipur, Republic of India*

²*Govt. D.B. Girls' P.G. College, Raipur, Republic of India*

 banerjeeisha01@gmail.com

Abstract. The role of food culture in the construction of collective identity remains indispensable, considering that it results from consistent and prolonged practice by the given population. In the particular case of postcolonial literature, cultural markers such as food, clothing, rituals etc., act as powerful tools of sociocultural representation. In *All Decent Animals* (2013) and *Buxton Spice* (1998), Oonya Kempadoo posits the characters as the embodiments of various levels of association with the traditional culinary practices thereby showing their differential sense of cultural rootedness against the multicultural milieu of the novels' settings. The study aims to extract such instances from the novels that show the impact of food culture in the creation of a common memory, hearkening back to the shared history of the characters. The authors concluded, that something as mundane as food occupies a pivotal role in co-navigating the characters' journey from self-doubt to self-acceptance. The effect of food culture in eliciting an inclination towards one's ethnic roots is considered, while also touching upon the matter of developing a sense of cultural, familial and individual identity by means of foodways.

Keywords: Caribbean literature, foodways, multiculturalism

Conflicts of interest. The authors declare that there is no conflict of interest.

Article history: submitted November 1, 2022; revised December 15, 2022; accepted January 2, 2023.

For citation: Banerjee, I., & Dubey, R. (2023). Food culture in Oonya Kempadoo's *All Decent Animals and Buxton Spice*. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 28(1), 51–60. <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2023-28-1-51-60>

Культура еды в романах Унии Кемпаду «Все достойные животные» и «Бакстон Спайс»

И. Банерджи¹  , Р. Дубей² 

¹*Университет Пандита Равишанкары Шуклы, Республика Индия, Райпур*

²*Государственный медицинский колледж для девушек, Республика Индия, Райпур*

 banerjeeisha01@gmail.com

Аннотация. Роль культуры питания в формировании коллективной идентичности остается незаменимой, учитывая, что она является результатом последовательной и длительной практики соответствующего населения. В конкретном случае постколониальной лите-

© Banerjee I., Dubey R., 2023



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

ратуры культурные маркеры, такие как еда, одежда, ритуалы и т. д., выступают в качестве мощных инструментов социокультурной репрезентации. В книгах «Все достойные животные» (2013) и «Бакстон Спайс» (1998) Уния Кемпаду позиционирует персонажей как воплощение различных уровней ассоциации с традиционными кулинарными практиками, тем самым демонстрируя их различное чувство культурной укорененности на фоне мультикультурной среды, в которой разворачивается действие. Цель исследования – извлечь из романов примеры, показывающие влияние культуры питания на создание общей памяти, возвращая внимание к общей истории персонажей. Выявлено, что, несмотря на кажущуюся обыденность, еда играет ключевую роль в совместном путешествии персонажей от неуверенности в себе к самопринятию. Изучено влияние культуры еды на формирование склонности к своим этническим корням. Рассмотрен вопрос развития чувства культурной, семейной и индивидуальной идентичности в сфере кулинарной практики.

Ключевые слова: карибская литература, культура питания, Foodways, мультикультурализм

Заявление о конфликте интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

История статьи: поступила в редакцию 1 ноября 2022 г.; отрецензирована 15 декабря 2022 г.; принята к публикации 2 января 2023 г.

Для цитирования: Banerjee I., Dubey R. Food culture in Oonya Kempadoo's *All Decent Animals* and *Buxton Spice* // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2023. Т. 28. № 1. С. 51–60. <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2023-28-1-51-60>

Introduction

Oonya Kempadoo happens to be among those authors emerging out of the Caribbean canon who encapsulates the dynamicity and vibrancy of the multiculturalism pervading the Caribbean Islands. Born to parents of mixed ancestry, Kempadoo collected her own cultural and individual memories and amalgamated them with the sweep of experiences from the times spent in different countries to produce a literary result which is as exquisite as a pearl inside a clam dwelling deep into the ocean – *sui generis*. The novels *All Decent Animals* (2013) and *Buxton Spice* (1998), set in Trinidad and Guyana respectively, demonstrate the importance of food culture in helping the characters attain cultural rootedness and a sense of identity engendered by their distinct food practices. Being located within postcolonial literature, the aspect of food culture can be looked at as being analogous to the emancipated population's endeavour towards finding a balance and sense of autonomy. How the food culture helps in creating a sense of individuality and belongingness can be understood by looking at how different characters in the novels associate a deeper level of meaning to the food than mere comestibles, which either brings them closer to or creates a longing for, their traditional foods.

Discussion

Food culture seems to be a broad term that not just constitutes the way food is cooked and eaten, but also the entire process of food handling, assembling, and consuming, along with its symbolic meaning to the concerned culture. As defined

by Lucy M. Long, “food culture” includes “the practices, attitudes, and beliefs as well as the networks and institutions surrounding the production, distribution, and consumption of food” (Long et al., 2020, p. 8), which essentially hints at the term’s comprehensiveness. Food culture, like other aspects of culture, tends to be a very dynamic and overarching construct spanning the continuum of everything that lies between the process of food handling and eating. This definition helps shape our understanding of how food culture plays a crucial role appertaining to the creation of memory and cultural identity by reinforcing a commonality in the practices surrounding food within the respective cultural groups. It is also worth noting that a number of factors such as familial history, geography, ethnicity, socio-economic background etc. influence the food culture which in turn makes it an important socio-cultural marker representing the specific groups in the vast map of diversified populations. This understanding helps in identifying such instances from the novels where food seems to either trigger the characters’ realization of cultural rootlessness or elicit a strong emotion of steadfastness with their cultural heritage.

The retention of traditional gastronomic identity helps in establishing a sense of being annexed to the roots by begetting “belongingness” and resisting the “patterns of domination and acculturation” (Mehta, 2004, p. 25). When understood in the context of a work set in a Caribbean country, this statement also hints at the possibility of cultural markers like foodways as being a labile and easy target for dominant groups to manipulate as a part of systemic subordination and appropriation. Thus, the preservation of traditional food culture, particularly of the erstwhile dominated or colonized groups, becomes very crucial to the aim of cultural subsistence of these said groups. “Foodways” can be described as the “eating habits and culinary practices of people, regions or historical periods” (Dwyer, Freitas, 2013, p. 289). Simply put, it can be said to include an understanding of the role of food and food-related behaviour in representation and how the acquired knowledge about food is transferred within the respective sociocultural groups. Keeping in mind that the Caribbean countries are homes to a diverse population belonging to different ethnicities, it becomes all the more interesting to witness the gastronomic multiculturalism blooming in its full glory as observed in the novels, while concurrently the commonality of identity entrenched by traditional foodways becomes a strong tenet of sociocultural representation.

Yet, just as all sociocultural parameters underwent commingling due to the exposure of multicultural practices, the food habits too were faced by this eclectic confrontation. By transcending the traditional realms and landing up on the plate and palate of non-native populations, the foodways resulted in newer relationships between the food and the people, both within and outside their immediate cultural groups. In the novels, food becomes an integral component of the cultural makeup of the characters by seeping into their everyday lives and actions. Thus, it can be deduced that the food practices prove to be instrumental in the creation of the *culinary* image of the characters, which is shaped by the character’s perception of themselves, and others’ perception of them. As a “material good and a means of

symbolic representation” (Beushausen et al., 2014, p. 11), food and eating practices contribute to certain physiological manifestations emerging as a result of the way the characters’ bodies become active participants in the process of eating. The protagonist of *All Decent Animals* is Caribbean-born returnee – Atalanta, who goes by the name Ata among her friends. Having spent a large part of her life living the diasporic identity in Europe, Ata finds herself crippled when it comes to her relationship with her food culture, leaving her overwhelmed with the questions of authenticity.

An activity as mundane as fruit-eating holds great significance for Atalanta as we see that she often nostalgically recalls her childhood days of savouring the taste of local fruits without any inhibitions. As a grown-up woman, Ata’s longings for reliving those memories are upended as she finds herself unable to indulge in the gustatory pleasure of enjoying her favourite tropical fruits for the fear that such an indulgence would make her look uncouth and “apelike” (Kempadoo, 2013, p. 210) in front of Pierre. Ata’s habit of actively involving her hands in the process of eating and subsequently getting them messy seems to make her feel self-conscious and uneasy, which stems from the fact that her French partner, Pierre Lacroix, displays utmost refinement in his dining habits, like eating sugar apples with “silver knife and fork and linen napkin” (Kempadoo, 2013, p. 209–210). The underlying disparity of their respective food culture causes them to view each other with incredulous surprise, bringing to the forefront the question of acceptable versus unacceptable in the case of eating habits. A similar disparity in eating habits is reiterated in *Buxton Spice* when Mrs. Emelda DeAbro takes note of the dining practices of Lula’s household. In particular, Mrs. DeAbro seems astonished by their use of paper napkins and cutlery which seems to be in contrast to the proper native way of using one’s hands for eating food. She implicitly attributes this practice to the sophisticated upbringing by Lula’s mother, Rose, who is of European descent. Thus, in Mrs. DeAbro’s eyes, Rose’s cultural and ethnic background seems to be the reason behind the distinct eating practices of her household.

Lavanya Ramanathan’s view expressed in an article leaves us with the quivering notion of immigrant cuisine being labelled as the *other* and “ethnic” by the condescending Westernized lens. She rightly reproaches the blatant use of the label “ethnic” to all food unique to immigrants, particularly that which is “cooked by people with the brownest skin”¹ as a way of *alienizing* their cuisine as exotic. However, if the matter is looked at from the other end, the use of the term ‘ethnic cuisine’ may be justified in that it helps refocus on the traditional culinary practices of the concerned groups, the artistry of which may be likened to the craft of an alchemist who works proportionally with various elements to create a magnificent result. Per se, the term in itself does not cause much harm towards appropriation or subjugation of the food culture of the ethnic groups, as does the intentional

¹ Ramanathan, L. (2015). Why everyone should stop calling immigrant food ‘ethnic’. *The Washington Post*. Retrieved December 12, 2022, from https://www.washingtonpost.com/lifestyle/food/why-everyone-should-stop-calling-immigrant-food-ethnic/2015/07/20/07927100-266f-11e5-b77f-eb13a215f593_story

obliteration of the ties between the foodways and the culture of those groups. Thus, if the racial references are discounted from Ramanathan's observation, the term 'ethnic food' might as well serve as a pop culture reference to one's traditional foodways as an empowering element of unequivocal representation. This may also be thought of as a way of acknowledging the cultural and historic background of the population whose food culture is being referred to.

In *All Decent Animals*, Pierre Lacroix is a person who is ethnically detached from the traditional food practices of the Caribbean. As a French man living in Trinidad, Pierre tries to "hold on to a piece of his culture" (Kempadoo, 2013, p. 50) by being passionate about the same breakfast menu of jam, toast, butter and coffee. He hopelessly longs to find the perfect French pastry, wine and other foods, similar to Ata's longing for indulging in the experience of fruit-eating. In Ata's company, Pierre tries foods and drinks of the Trinidadian culture, but his taste palate does not take up the distinct flavours and textures, which leads to a gastronomic estrangement between the two. On the flip side, Ata, Fraser and Sammy all happen to be of Caribbean heritage which explains why, to them, the local food equates a sense of warmth and homeliness. Atalanta's architect friend, Fraser Goodman, happens to be the person with whom she shares a food bond, so to say, as a result of their shared love for tropical fruits and the classic local dishes. Despite being terminally ill, Fraser yearns to wallow in the nostalgic memories of eating fruits such as sugar apple, passion fruit, and genip. Once as they are both eating sugar apples, he revisits the "sugar heavens of childhood" (Kempadoo, 2013, p. 208) when Ata exclaims that the only correct way to eat the fruit is by ditching the paper plates and napkins and using one's hands instead while letting the seeds fall off directly on the ground. Such gastronomical memories tie them together, which also highlights their shared history as Caribbean youth.

According to Lynn Marie Houston, the aristocratic Trinidadians tend to have a penchant for "European-influenced meals" (Houston, 2005, p. 111), as seen in the case of Fraser's mother, Mrs. Dorothy Goodman, whose "sophisticated charm" (Kempadoo, 2013, p. 219) emanates an air of upper-class grandiosity. She seems to have taken up the refinement of European eating practices and considers trifle, rosé, and sherry as essential parts of her Sunday menu when inviting Ata, Pierre and Fraser for lunch. However, despite having received educated in England and lived there long enough as an expat to have picked up the fluent British accent, Fraser remains a true-blue Trinidadian who rejoices in the flavour and memories associated with the authentic Trinidadian foods like callaloo, macaroni pie, pilau, and local fruits even during the agony of his final days. It can rightly be said that food serves a greater purpose than being just a source of hedonic pleasure as Fraser finds the comfort of belongingness, which in a way compensates for the lack of the warmth of familial affection. Thus, it becomes evident that the traditional food habits retain a long-lasting imprint on Fraser's memory which asserts itself through the best and worst times of his life.

The incident surrounding Ata's insecurity with enjoying her cultural foods also leaves an interesting afterthought when looked at with the interpretation of

foodways given by Lynn Marie Houston. Speaking of the commingling of the foodways between the “immigrant food cultures” that were introduced into the “remnant indigenous elements” (Houston, 2005, p. 13) in the Caribbean, she brings the focus back to the fact that the hitherto marginalized, colonized, and subservient “indigenous” people are the originals, making their food culture the speculative stock onto which the culinary practices of the incoming groups were grafted. An antithetical example of this culinary graft is observed in how, upon visiting Pierre’s birthplace in France, Ata seems to freely enjoy the traditional French comestibles and expresses her amusement with their variety and quality, but on the contrary, she hesitates in embracing the traditional eating practices of her homeland. It can be assumed that the cultural confrontation spurs a culinary alter ego in her that controls the way she thinks of a circadian activity as eating with such cryptic reservations, and it is at this stage during her life that the culinary graft tends to exercise greater power over the cultural stock of the Trinidadian eating practices.

Jon W. O’Neill identifies the link between the act of cooking food and the reinforcing of a sense of identity among the Caribbean people who had been erstwhile disenfranchised by colonial rule (O’Neill, 2010). This is reflected in the case of Sammy’s mother in *All Decent Animals*. Sammy, the humble driver happens to be raised singlehandedly by his mother from the money that she earned from her cooking business. The fact that the novel is set during the turn of the century explains why the financial independence sought and attained by Sammy’s mother, as a Black woman, is so vital to the narrative. Her cooking business symbolizes the independence, both in terms of financial freedom and the individual identity, that she attains by making food and culinary artistry her brandishing weapon in her battle against the contemporary oppressions.

The matrilineal tradition of cooking and eating as a celebratory display of affection is passed on from Sammy’s mother to him, to the point that Sammy never finds it unusual to be in the kitchen as a man. In fact, to him, food becomes a love language as he is often seen making references to food items in expressing his adulation for his beloved Douli by likening her silky hair to the starchy rice water and referring to her as “chutney sweetness, sugar dumpling” and “pepper love” (Kempadoo, 2013, p. 67). Later, cooking plays a therapeutic role in Sammy’s case when he is faced with the greatest loss of his life – Douli’s death. As a way of empathizing with him for his loss and helping him recover from the grief, Sammy’s mother cooks traditional Trinidadian comfort food for him, which he refers to as “thick creole love” (Kempadoo, 2013, p. 143). The ability of food to provide solace amidst tumultuous situations is seen in Sam and Fraser’s examples where they find warmth and consolation in the traditional foods.

The cultural importance of food is noted in *Buxton Spice* wherein Lula’s father seems enthusiastic about his wife’s culinary skills. To him, cooking is like an art that derives its vibrant colours from the multicultural framework of the society and paints the magnum opus of a close-knit family bonded over food and warmth. During the simple event of eating dinner, the use of the word “*bhagee*”

(Kempadoo, 1999, p. 25) for referring to the leafy greens shows how multiculturalism is celebrated and honoured in Lula's household in contrast to the rising incidents of communal conflicts infiltrating the neighbourhood of Tamarind Grove. Lula's "Dark cool Madrasi" (Kempadoo, 1999, p. 27) father appreciates the colour combination of orange and green from the pumpkin and *bhagee* respectively, making her European mother take note of how cooking and eating hold ceremonial importance to Lula's father.

Sebastian Huber identifies cooking as a "highly subversive form of resistance" (Huber, 2014, p. 69) to the totalitarian powers that threaten the cultural integrity of populations. In this regard, the emphasis laid on the practice of cooking food, as observed in the two novels, shows the way in which cooking manifests itself as a cultural metonym, by not just providing a feeling of comfort during times of distress, but also fortifying the sense of rootedness as a family. In this regard, the thoughts of French anthropologist Claude Lévi-Strauss seem highly relevant, that cooking signifies the "transition from nature to culture" and how the "gustatory code" (Lévi-Strauss, 1964, p. 164) can be deployed as a medium for seeking answers to the complex questions about human state. This explanation buttresses the idea that cooking, indeed, is a potential marker of sociocultural representation, as is rightly seen in the examples from the novels.

The act of embracing one's food practices can be looked at as a metaphorical way by which the characters also reconcile with their cultural heritage. This is exemplified when Ata goes for a solo stay at Blanchisseuse to renavigate her career path and her failing relationship with Pierre. It is here that she comes across an imaginary person who validates her individuality and velleity towards embracing her food culture. It is as if the habits, particularly pertaining to food, that she had tried to change while being with Pierre, are all welcomed by this stranger, which makes her feel powerful and confident. Unlike with Pierre, around whom Ata often affects sophistication, she feels comfortable enough in the presence of this stranger to eat a trickling mango without the fear of drawing in derisive comments or looks. He later exclaims how her body smells of a traditional drink made up of spiced hot cocoa concoction, reminding him of the earthiness of the Island home. This affirmation spatializes the erstwhile non-existent sense of cultural pride in Ata and emboldens her toward self-acceptance.

It may be assumed that this other person that she meets at Blanchisseuse is her alter ego or a manifestation of her inner self, thus making their encounter her epiphanic reconciliation with herself. It is also interesting to note how upon returning to the city, Ata feels like she has cheated on Pierre by forming a deep connection with the 'stranger' when on the contrary, she has succeeded in moving a step forward toward self-acceptance. This incident suggests how by the simple act of embracing her food culture, Ata takes a metaphoric leap towards reconciling with herself on cultural and individual levels. The importance of food ethnicity, particularly in Caribbean literature, where the tenets of everyday cultural practices wield great impact on concretizing the common identity, is reflected in a passage in *All Decent Animals*, wherein Ata is told of the significance of food

culture by Terence. The very grave topic of racial alterity and subsequent curtailing of the traditional food culture is elaborated by Terence as part of a jovial conversation which ultimately makes Ata mindful of the fact that all her Afrocentric friends had steered clear of having a White partner, for the simple reason that they wanted to enjoy the local foods without any inhibitions or restrictions, as experienced by Ata during her relationship with Pierre. Thus, Ata and Pierre's different racial backgrounds and their respective food cultures become the barrier in the way of complete acceptance of the traditional eating practices.

A counterfoil of this is seen in how Lula and her friends enjoy eating the local fruits like dungs, genips, mangoes, sapodillas, star apples etc. At one instance, Lula mentions eating sweet genips in an almost mechanical way by tearing the skin and plopping the fruit in her mouth while at the same time savouring its sappy remains from her hands. A strikingly similar way of eating the fruit is exhibited by Ata, however, her confidante, Pierre looks at her with a repulsive expression stemming from his unfamiliarity with the fruit's handling. As readers, we realize how insidious the gentrification of food culture is, for its repercussions are seen in Ata's failing attachment to her culture as a result of her attempts to conform to the pop culture practice of following sophisticated eating habits and preferences. While Ata becomes inured by the self-imposed restrictions on her eating preferences, Lula immerses herself in the traditional food culture without any reservations.

The intermingling of contrastive cultural groups results in the appropriation of the cultural markers of the dominated group and perpetuates the pervading notions of superiority and subordination, long after the colonial forces cease to exist. The feeling of being torn between the opposing pulls of her traditional practices and the hindsight of European practices causes Ata to be abandoned along the edge of both cultures, thereby feeling unwelcomed by either of them. The questions of authenticity and rootedness are best answered by looking at a population's adherence to their culture including the food practices, rituals, clothing habits etc. Similar thoughts are iterated in the introductory chapter of *Caribbean Food Cultures*, wherein the "social constructedness of authenticity and its importance for culinary practices" (Beushausen et al., 2014, 17) are seen as a function of the domain of food and its consumption by people, thereby necessitating its consideration as a strong sociocultural marker. Insofar as the present study is concerned, this statement rightly shows the impact of foodways in the characters' negotiation with the ideas of sociocultural image and oneness with their respective cultures.

It is rightly expressed by Astrid Erll that "no memory is ever purely individual, but always inherently shaped by collective contexts" (Erll, 2008, p. 5) and food culture happens to be one such vital component that is embedded into the everyday lives of the populations, thereby playing important role in the creation of cultural identity. Upon analysing the instances surrounding cooking and eating practices occurring in the novels through the lens of sociocultural relations, it becomes clear how they rise from being just mundane activities in the lives of the characters and garner the power to instil a sense of attachment with oneself and one's culture. In the narratives of Caribbean literature that touch upon cultural

multiplicity, ethnic diversity, and implied subjacent-suprajacent relations between different sociocultural groups, food culture becomes a vital part of the linchpin which holds the dynamic components together. In addition to being imbued with the ability to strengthen one's connection to their cultural origin, food culture can be looked at as both, a cause and a result of the intra/inter-cultural activities within the social setup. How the quotidian traditional fare comes to dictate one's association with their culture is understood by the instances discussed in this study.

Conclusion

To a great extent, cultural memories make up the bulk of a person's recollections, especially in the case of such narratives as Caribbean literature where the cultural memories seem to be cemented together by a shared history of rebuilding a collective identity from the scratch on the clean board of newfound individuality. Though the novels do not project abject annihilation of any cultural group, the vulnerability emerging as a result of ingrained notions of sub-supra relations is seen evidently through the character of Ata, who in the end, emerges triumphant in reclaiming a sense of connectedness in her food culture. How food continues to be a source of attachment can be viewed in Lula, Fraser, and Sammy's characters who remain strongly rooted in their food culture from the beginning. The European sophistication of both Pierre and Rose attracts the surprised gaze of the respective onlookers, making their eating practices as much of an enigma as is true for vice versa. It is interesting to note how the miscibility of food cultures across ethnic boundaries is just as instrumental towards creating a culturally diverse society, as their heterogeneity is essential in ensuring the attainment of a harmonious and non-insular society.

References

- Beushausen, W., Brüske, A., Commichau, A., Helber, P., & Kloß, S. (Eds.). (2014). *Caribbean food cultures: Culinary practices and consumption in the Caribbean and its diasporas*. Bielefeld: Transcript.
- Dwyer, J., & Freitas, J. (2013). Food culture. In B. Caballero, L. Allen & A. Prentice (Eds.), *Encyclopedia of Human Nutrition* (3rd ed., vol. 2, p. 289). Academic Press.
- Erl, A. (2008). Cultural memory studies: An introduction. In A. Erl & A. Nünning (Eds.), *Cultural Memory Studies: An International and Interdisciplinary Handbook* (p. 5). Berlin: Walter de Gruyter.
- Houston, L.M. (2005). Food culture in the Caribbean. In K. Albala (Ed.), *Food Culture around the World*. Westport, CT: Greenwood Press.
- Huber, S. (2014). You are what you cook: Preparing food, creating life in Treme. In W. Beushausen, A. Brüske, A. Commichau, P. Helber & S. Kloß (Eds.), *Caribbean Food Cultures: Culinary Practices and Consumption in the Caribbean and Its Diasporas* (p. 69). Bielefeld: Transcript.
- Kempadoo, O. (1999). *Buxton spice*. London: Phoenix.
- Kempadoo, O. (2013). *All decent animals*. New York, NY: Farrar, Straus and Giroux.
- Lévi-Strauss, C. (1964). The Opossum's cantata. *The Raw and the Cooked: Introductions to a Science of Mythology* (vol. 1, p. 164). (J. Weightman & D. Weightman, Trans.). New York, NY: Harper & Row.

- Long, L.M., Eleuterio, S., & Reed, J.L. III (2020). *Keywords: Exploring cultural differences through the lens of food*. (p. 8). Center for Food and Culture. Retrieved December 12, 2022, from <https://foodandcultureorg.files.wordpress.com/2020/05/cfac.keywords-may15.2020.pdf>
- Mehta, B. (2004). Introduction: Mapping Indo-Caribbean women's writing. *Diasporic (Dis) Locations: Indo-Caribbean Women Writers Negotiate the Kala Pani* (p. 25). University of the West Indies Press.
- O'Neill, J.W. (2010). Food, sex & violence: A decolonizing feminism in Caribbean literature. *The People, Ideas, and Things Journal*. Retrieved December 12, 2022, from <https://pitjournal.unc.edu/article/food-sex-violence-decolonizing-feminism-caribbean-literature>

Bio notes:

Isha Banerjee, research scholar, Pt. Ravishankar Shukla University, Raipur, Republic of India. ORCID: 0000-0002-7010-5225. E-mail: banerjeeisha01@gmail.com

Rashmi Dubey, Dr, Assistant Professor, Govt. D.B. Girls' P.G. College, Raipur, Republic of India. ORCID: 0000-0002-0640-1492. E-mail: <mailto:rashmi@dbgirls.org>

Сведения об авторах:

Банерджи Иша, научный сотрудник, Университет Пандита Равишанкары Шуклы, Республика Индия, Райпур. ORCID: 0000-0002-7010-5225. E-mail: banerjeeisha01@gmail.com

Дубей Раши, доктор, доцент, Государственный медицинский колледж для девушек, Райпур, Республика Индия. ORCID: 0000-0002-0640-1492. E-mail: <mailto:rashmi@dbgirls.org>



ФОЛЬКЛОРИСТИКА

FOLKLORE STUDIES

DOI 10.22363/2312-9220-2023-28-1-61-78

EDN: JCYGCT

UDC 82-141

Research article / Научная статья

**Malay folk genre pantun:
traditions and modernity**

Dana K. Bartosh¹, Ekaterina O. Kotova²,
Victoria V. Kytina³, Mariya V. Kharlamova¹✉

¹*Moscow State Linguistic University,
38 Ostozhenka St, Moscow, 119034, Russian Federation*

²*Pushkin State Russian Language Institute,
6 Akademika Volgina St, Moscow, 117485, Russian Federation*

³*University Kuala Lumpur,
1016 Jalan Sultan Ismail, Kuala Lumpur, 50250, Malaysia*

✉ m.harlamova@linguanet.ru

Abstract. The aim of the study is to analyze and systematize the features of pantun, both traditional for this Malay folklore genre and due to its historical development, and uniqueness, inherent in individual pantuns, as well as to identify the reasons for the relevance of this genre in Malay culture. Comparative-typological, descriptive-functional, and cultural-historical research methods were used. The main features of pantun as a traditional genre of Malay poetry are systematized. Logic, brevity, and the presence of rhyme are identified as the main structural features due to the historical development of pantun. These features determine in many ways the content: symbolism, allegorical and thematic, as well as the phonetic features of the pantun. The considered features of pantuns that meet certain national characteristics of the Malay people can be identified as the reasons for the popularity of this genre so far. The classic folk pantun is a miniature poetic form, characterized by structural, substantive and phonetic features and strict rules of design. Violations of the traditional rules in individual pantuns are rather exceptional and subordinate to the content component. Being an integral part of the culture of the people, pantuns undergo some changes in the thematic aspect they reflect the realities of modern reality, but these changes do not go beyond the boundaries of the traditions of the genre.

Keywords: symbolism, Malay literature, Malay poetry

Conflicts of interest. The authors declare that there is no conflict of interest.

Article history: submitted November 2, 2022; revised November 30, 2022; accepted December 18, 2022.

© Bartosh D.K., Kotova E.O., Kytina V.V., Kharlamova M.V., 2023



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

For citation: Bartosh, D.K., Kotova, E.O., Kytina, V.V., & Kharlamova, M.V. (2023). Malay folk genre pantun: Traditions and modernity. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 28(1), 61–78. <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2023-28-1-61-78>

Малайский фольклорный жанр пантун: традиции и современность

Д.К. Бартош¹, Е.О. Котова²,
В.В. Кытина³, М.В. Харламова¹

¹Московский государственный лингвистический университет,
Российская Федерация, 119034 Москва, ул. Остоженка, д. 38, стр. 1

²Государственный институт русского языка имени А.С. Пушкина,
Российская Федерация, 117485, Москва, ул. Академика Волгина, д. 6

³Университет Куала-Лумпур,
Малайзия, 50250, Куала-Лумпур, ул. Султана Исмаила, д. 1016

 m.harlamova@linguanet.ru

Аннотация. Проанализированы и систематизированы особенности пантуна, как традиционные для данного малайского фольклорного жанра и обусловленные его историческим развитием, так и уникальные, присущие отдельным пантунам, а также выявлены причины актуальности этого жанра в малазийской культуре. Применялись сравнительно-типологический, описательно-функциональный и культурно-исторический методы исследования. Систематизированы основные особенности пантуна как традиционного жанра малайской поэзии. Логичность, краткость и наличие рифмы обозначены в качестве основных структурных особенностей, обусловленных историческим развитием пантуна. Данные черты определяют во многом содержательные – символичность, аллегоричность и тематичность, а также фонетические особенности пантуна. Рассмотренные особенности пантунов, отвечающие определенным национальным характеристикам малайцев, можно считать основанием для сохранения популярности жанра. Классический народный пантун представляет собой миниатюрную поэтическую форму, для которой характерны строгие правила оформления. Нарушения традиционных правил в отдельных пантунах носят скорее исключительный характер и подчинены содержательному компоненту. Являясь неотъемлемой частью культуры народа, пантуны претерпевают некоторые изменения в тематическом аспекте, в частности отражают реалии современной действительности, но данные изменения не выходят за границы традиций жанра.

Ключевые слова: символизм, малайская литература, малайская поэзия

Заявление о конфликте интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

История статьи: поступила в редакцию 2 ноября 2022 г.; отрецензирована 30 ноября 2022 г.; принята к публикации 18 декабря 2022 г.

Для цитирования: *Bartosh D.K., Kotova E.O., Kytina V.V., Kharlamova M.V.* Malay folk genre pantun: traditions and modernity // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2023. Т. 28. № 1. С. 61–78. <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2023-28-1-61-78>

Introduction

Pantun is a traditional genre of Malay poetry that traces its roots to medieval Malay folklore. Initially, pantuns were created anonymously in the popular environment and passed down from generation to generation. Pantuns became an integral part of classical Malay literature after the formation of the literary form of the Malay language (Spangenberg, 2015; Tarwiyani et al., 2020; Thomas, 1985). In 2020, UNESCO decided to add Pantun to the list of intangible cultural heritage sites of two countries: Indonesia and Malaysia. We can say that the pantun is an integral symbol of the culture of the entire Nusantara.

Pantuns describe almost all areas of human life, and therefore are popular in Malaysia, Indonesia, Singapore and Brunei to this day. The ability to quickly compose improvised poems, choose words beautifully and accurately, and find appropriate comparisons is highly appreciated among the youth of the Malay Archipelago. Pantun writers and performers are called pemantun. During special poetry duels, the pemantun perform improvised pantuns (berpantun[-pantunan]) and exchanging them (berbalas pantun) (Seelig, 2014).

At first glance, pantuns are very simple and universal, applicable to all life situations, and they are close to East Slavic ditties “Chastushka” (Pogadaev. Russian chastushka., 2008). At the same time, pantuns have special features that characterize them as a traditional genre of Malay poetry. These features relate not only to the structure of the poetic form and sound design, but also to the content component, expressed in quantitative and qualitative indicators. The study of the Malay pantuns is of particular interest to specialists in the field of folklore, linguistics, ethnography and other sciences. Understanding the folklore images presented in the pantuns opens up new frontiers for the study of the ideas of the Malay people, reflected in their cultural codes and symbols.

The purpose of the study is to analyze and systematize the features of the pantun, both traditional for this Malay folklore genre and due to its historical development, and unique, inherent in individual pantuns, as well as to identify the reasons for the relevance of this genre in Malay culture.

Literature review

According to the definition given by V.A. Pogadaev, pantun is “a miniature poetic form, a quatrain with cross-rhyming, breaking up into two couplets, which usually do not have a direct logical connection and are connected according to the principle of sound and (or) figurative-symbolic parallelism” (Pogadaev. Flowers., 2008, p. 75).

The concepts of continuity and poetry are already embedded in the very name of the genre. Its etymology goes back to the Malay word sepantun, translated as “like”, “appropriate”. According to another version, the origin of its name comes from the word penuntun of the Minangkabau language – “guide”, “escort”. Proponents of the third version suggest that this term arose as a result of the merger of the words pan (“polite, ethical”) and tun (“leadership, mentoring”). The names of the genre may also differ depending on the region: Javanese often call it parikan, Sunda Islanders-paparikan, and residents of the north of Sumatra – umpasa (Kusnadi, 2016, p. 163). So, some believe that the name “pantun” it is

based on the high Javanese *parik*, which is similar to the Malay *pari*, a proverb (*peribahasa*). In this sense it is close to the Indian sense of the *seloka*, a two-line verse form (Liaw, 2013, p. 442).

The theoretical literature contains quite a large number of studies devoted to the genre *pantun* as an integral component of Malay literature in historical and contemporary perspectives (Harun, 1989; Mihardja, 2012; Neverman, 1961; Parnikel, 1980; Parnikel, 1996; Pogadaev, 2009; Rismawati, 2017; Sadikin, 2010; Vinstedt, 1966), as a traditional folk genre (Endraswara, 2010; Neverman, 1961; Puspitasari, 2015; Siagian, 2019). Separate studies are devoted to the analysis of individual varieties of the genre that are common in different regions of the Malay Archipelago (Adnan, Pillay, 2020; Effeny, 2004; Effendi, 2019), description of the linguistic features of traditional *pantun* and its varieties (Goddard, 2005; Hashim, Mohamad, 2015; Pogadaev, Pogadaeva, 2010), consideration of *pantun* as a transformer of cultural Malay traditions (Ismail et al., 2015; Natsir et al., 2019; Rais, 2013), the study of figurative symbolism in this genre (Braginsky, 1994; Subet, 2017; Pudjasworo et al., 2017). *Pantun* is viewed from a philosophical (Zulfikarni, Liusti, 2020) and cultural-educational perspective (Gani, 2010), according to which its educational potential is emphasized (Tarwiyani et al., 2020).

Most researchers agree on the structure of the *pantun*. It is based on binomial parallelism, built on sound and semantic factors. It is based on binomial parallelism, built on figurative, sound and semantic factors. Sometimes the parallelism goes so far as to link a whole series of *pantuns* together. This is mentioned by the Russian literary critic M.L. Gasparov, pointing out that the *pantun* is an improvised quatrain (usually with thematic parallelism), “sometimes connected in a chain so that the 2nd and 4th verses of each previous stanza are repeated as the 1st and 3rd verses of the next stanza.”¹ This series can always be continued (the so-called “*pantun berikat*”). For example, the poem about the Raja Khoja, which appeared in the early 18th century and describes the attack of the Malays on the Dutch who settled in Malacca, consists of ninety-five such interconnected *pantuns* (Braginsky, 1983, p. 398).

Despite numerous studies of *pantun*, there is no precise indication of the time of the appearance of this genre in the literature. Thus, according to G. Neverman, in their modern form, *pantuns* have been known since the XVIII century (Neverman, 1961, p. 22), but it is likely that they existed much earlier. *Pantuns* are often found in very ancient monuments of Malay writing. And although it is not precisely established whether they are as ancient as these monuments themselves, or were inserted there later, however, their organic connection with the course of the narrative makes it possible to think that they go back to the same distant times.

Some researchers suggest that this genre appeared in the pre-written era, when poems were sung, performed recitatively to music and accompanied by rhythmic gestures or dances (Ismail et al., 2015). In the pre-written period, collective memory was the repository of knowledge, so the most important texts were given a form that promoted memorization. The rhythmic nature, the presence of rhyme, repetitions, the order of lines, imagery, aphorism and laconism made *pan-*

¹ Gasparov, M.L. (1993). *Russian poems of the 1890–1925s in the comments: Textbook* (p. 212). Moscow: Vysshaya shkola Publ. (In Russ.)

tunes an easily remembered and reproducible poetic form. Skilled singers-musicians, who composed and performed poems accompanied by musical instruments, were highly respected in ancient times. At the same time, as more advanced in formal terms, this genre of Malay folklore should have emerged at a time when abstract and artistic thinking had reached a fairly high stage of development. It is obvious that pantun is quite an ancient form of oral poetry: information about it in Europe appeared in the XVI century, when the Dutch traveler Jan Van Linschotten visited the Malay Archipelago (Braginsky, 1994).

Most scientists are inclined to believe that the ancestors of the pantuns were proverbs, aphorisms and two-line rhyming riddles (two-line pantuns). The word “pantun” up to the XVI century meant, as a rule, a comparison or a proverb, and only secondarily “quatrain” (Braginsky, 1983, p. 350). The end line is called “jawab” in Javanese, meaning “answer”, “solution”. Based on this, we can conclude that, before a stable poetic form was developed, it existed in the form of a puzzle game, the solution of which was contained in a hint and suggested by rhyming consonance. In the distant past, hunters, farmers and herders were sure that they were surrounded by hostile forces and tried to deceive the spirits with allegories. Later, solving such riddles became part of the wedding ceremony and other important events.

Then rhyming quatrains began to be born impromptu. The process of their emergence is described by L.A. Mervart in the preface to the Russian edition of the collection of Malay folk songs “The Voice of the Buffalo” by G. Neverman: “After the girls have pushed the rice as much as they need for the day, the rice is sifted out and the floor is poured immediately between the piles or near them. Since the girls work here every morning, all the young men of the village gather around the crowd. Here they joke with working girls, get acquainted, make friends, and take care of them. Here there are amorous and mocking pantuns” (Neverman, 1961, p. 13).

Other songs – pantun nasihat, pantun dagang, and songs about modesty-arise at the balai (men's assembly), where the old men taught the young (Braginsky, 1983, p. 359). These verses contain philosophical ideas about the life of the Malays, as well as rules and norms of behavior passed down from generation to generation. These rules correspond to the principles and values of Islam and foster respect for other people, for national customs and traditions, for family and marriage, and for one's homeland. “Pantun” contains noble values as guiding principles in all aspects of human life, which can become guidelines in the life of the nation and the state. These values include honesty, mutual cooperation, tolerance, justice and truth, so that pantun allows it to be used as a means of shaping the character of Malays (Tarwiyani et al., 2020, p. 1331). Pantun also visualizes the way of thinking, interaction, and values of the Malay community. Therefore, pantun is actively used by the elderly to give advice and teach the basics of religion to children and young people. An important role here is played by the allegory of the pantun, which helps to avoid direct and harsh criticism of an individual member of the community, because of which his feelings can be hurt, which can lead to disunity of the entire team.

The third way in which pantuns arise is for storytellers to compose poems that serve as a “memory support” for them. In Indonesia and Malaya, such narrators were called “penglipur lara” – “comforters of sorrows”. In society, they had

an authoritative status as a carrier of information: they delivered the news, entertained and instructed the audience. As a rule, these storytellers know a lot of fairy tales, legends, and legends. As a rule, they know a lot of fairy tales, legends, and legends. They tell them in prose, but as a support for their memory, they enclose individual parts of their story in pantuns – after all, poems are easier to remember than prose (Braginsky, 1983, p.52).

The ancient history of the pantuns, the initial design of this type of folklore as a genre in the pre-written era caused a number of special features that are still inherent in it.

Methods

Comparative-typological, descriptive-functional, and cultural-historical research methods were used in the research. The synthesis of these methods allowed us to present the most complete description of the key features of this genre of Malay folklore. The study material was pantuns published in collections of Malay folklore in Malay, Indonesian and Russian languages. The theoretical basis of the study was the work of such folklorists and literary critics as M.L. Gasparov, V.I. Braginsky, E.M. Diakonova, V.V. Parnikel, V.A. Pogadaev, R.O. Winstedt, M.P. Harun et al.

Results and discussion

The analysis of various studies devoted to pantuns, the study of the works themselves in the original and translation allowed us to identify and systematize the main features of this genre: structural, content and phonetic, while structural ones largely determine the other two groups of features (Figure 1).

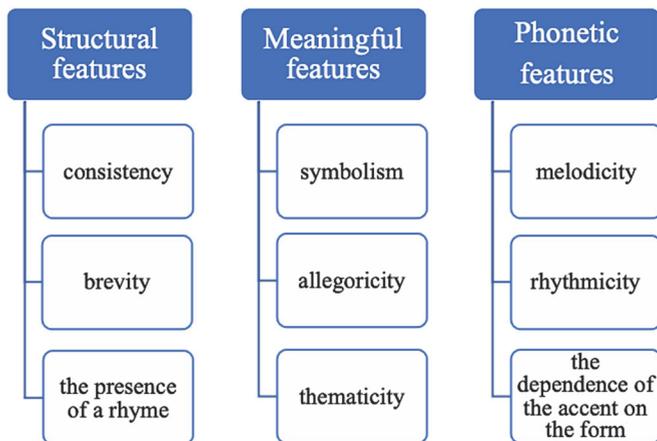


Figure 1. Features of the pantun

Source: compiled by the authors.

Logic and binomial parallelism are among the main structural features of this genre. Pantun is divided into two seemingly independent and loosely related parts: the beginning and ending, or rather, the allegory (*pembayang maksud* or *sampiran*) and the content (*maksud* or *isi*) (Adnan, Pillay, 2020, p. 15; Ismail et al., 2015, p. 137; Kusnadi, 2016, p. 163; Natsir et al., 2019, p. 166; Neverman, 1961, p. 353; Pogadaev. *Russian chastushka...*, 2008, p. 48; Spangenberg, 2015, p. 7).

In reality, the pantun is a complete work of art, the parts of which have a close connection. Rhymes and other word associations, such as a pun and repeated sounds (assonance, consonance), connect them. But there is also a hidden connection, and the first statement often turns out to be a metaphor for the second. Both parts, without having, as a rule, a causal relationship, often reveal additional relationships and are a pair, as if expressing the born and the inner (Tarwiyani et al., 2020, p. 1323).

This relationship can be formal or semantic. In some pantuns, there is clearly a logical connection, in some there is only sound parallelism. Most likely, these examples reflect the stages of evolution of the emergence of binomial parallelism, typical of folk poetry (Rismawati, 2017, p. 58).

In the first two lines, you can often find features of the area in which it was created: toponyms, names of typical plants and animals, dialect words:

Dari Gresik di Surabaya / From Gresik, to Surabaya I went to,
Pagar siapa saya sesarkan. / No matter whose fence I undo,
Wahai nasib apakah daya / O Lady of Luck, what am I gonna do?
Pada siapa saya sesalkan? / For whom, my regret is bestowed to?

Using natural phenomena as specific metaphors, pantuns express complex feelings such as longing, desire, fear, passion, anxiety, etc. Often, when creating a pantun, a metaphor with papaya is used, which can rhyme with budi (kindness) and hati (heart). Limau manis (sweet lime) expresses a hint of discontent:

Limau manis condong ke paya, / The calamansi tree greets the swamp land,
Boleh buat sampaian kain; / Fit for the laundry to dry in the sun;
Mulut manis kepada saya, / Words of honey, you gave promises so grand,
Hati kasih kepada yang lain / But your heart beats fast for another one
(Jyh, Muhammad, 2018).

As a rule, the first two lines are related in meaning to the two following ones. From these two parallels, a third arises – morality. For example,

Mushroom after mushroom is born:
Rain drizzles day after day.
We hatch like duck eggs,
Thanks to the relentless care of the duck.

In this pantun, the semantic connection of the first two lines with the bottom two lines on the surface: thanks to the rain, mushrooms grow, ducklings are hatched by a duck. From these two parallels follows a third: we all grow up because of someone else's care.

However, there are pantun that can be attributed to exceptions. In them, the first lines are not connected in meaning with the subsequent ones, which may indicate illogic:

One, two, three, six,
Six plus one is seven.
We planted a pomegranate with you,
And the chestnut tree grew up to make everyone laugh.

In this pantun, there is no logical connection between arithmetic operations and further described events. At the same time, the contrast of the first two lines to the last two – strict logic to an unexpected illogical result, emphasizes the discrepancy between the plan and the result and thus increases the comic nature of the situation.

Violation of the norm-logic may be intended to strengthen the impression of the ending of the poem, to draw attention to the described result, which can be both positive and negative.

Some researchers point to the horizontal-vertical structure of the pantun (Spangenberg, 2015). The first two lines describe the relationship between man and the universe, while the ending contains the wisdom that man has received from the powers above. Nature is perceived as a kind of large community, the individual elements of which are in a relationship similar to that of humans. Thus, the pantun reflects the Malay ideas about the division of the large and small world (macro-and microcosm), the world of nature and the world of people. This explains the illogicality of the first part of the pantun: by composing it, the singer unconsciously approaches a metaphysical level of understanding of the mysteries of nature, inaccessible to others. The second part describes a person's place in this world and their relationships with other people:

Air dalam bertambah dalam, / Deep goes the water in firth,
Hujan di hulu belum lagi teduh. / The sky up the hill keep shedding tears,
Hati dendam bertambah dendam, / Green envy, my heart blast and burst,
Dendam dahulu belum lagi sembuh. / While old vengeance, remains a curse.

In pantun, rhyme is clearly traced, the presence of which also refers to the structural features of the genre. This is due to the fact that the vowel sounds of the Malay language do not differ in tonality and longitude or brevity. It should be noted that oral literature requires a certain organization of speech, since it can only be heard and transmitted from mouth to mouth. The emergence of rhyme was associated with a utilitarian need – so it was easier to remember a particular poem. Only later it began to perform an aesthetic function. The role of rhyme in verse is similar to that of rhythm, but not identical to it: both rhythm and rhyme differentiate the lines of verse, but rhyme also adds to this consonance. In a four-line pantun, the final rhyme is most often cross-linked: a-b, a-b:

Mestika embun di Gunung Sari, / Mount of Sari saw droplets of dew,
Putik pauh di dalam dulang. / A mango bud rests on a platter of silver.
Tiga tahun adinda cari, / Three years have been my waiting due,
'Kanda jauh di negeri orang. / My lover's away since what feels like forever.

Here, the first line rhymes with the third (“Sari” – “cari”) and the second with the fourth (“dulang” – “orang”). But in addition to the final rhyme, these same lines are also connected with each other internally: “embun” – “tahun”, “pauh” – “jauh”.

In addition, among the distinctive features of the pantun, it is also necessary to note its brevity. Each line consists of four, mostly two-or three-syllable words and 8–12 syllables (Adnan, Pillay, 2020, p. 15; Natsir et al., 2019, p. 166; Ris-mawati, 2017, p. 58).

Structural features: consistency and brevity, can be explained by the fact that the pantun was born in the pre-written era and carried a certain functional load, in particular, performed a magical role in primeval society, based on religious beliefs and beliefs (Ismail et al., 2015, p. 137). The history of the origin of the pantun is also explained by its improvisational nature. Composing pantuns, the narrator used the already developed folklore language and system of images, combined ready-made “speech preparations” and artistic components. The genre

allows for the plasticity and variability of the text, its change does not contradict the folklore tradition.

The considered structural features determine the content characteristics of the pantuns. Thus, brevity and consistency make it important to choose a word in terms of its economy and sound. Since pantuns are composed, as a rule, at the time of performance, their content requires special agreement, the extreme simplicity of presentation, repetition. The vocabulary is quite limited, and “epithets and metaphors are so firmly attached to the defined words that they have become a kind of unchanging ornament, a kind of well-established images” (Seelig, 2014).

Pantuns are also characterized by internal allegory, metaphor, complex associative-figurative system, deliberate obscuration of meaning, subtle, elegant symbolism and lyricism (Tarwiyani et al., 2020). The appearance of symbolic images was due to the song tradition, which fixed folk symbols in the minds of both the poets themselves and their listeners. The image of nature through analogy turned out to be closely related to the image of human life. Such symbols perform the function of connectors in folklore – they connect someone or something with the divine world, the other world.

Pantuns are also characterized by internal allegory, metaphor, subtle, elegant symbolism and lyricism (Tarwiyani et al., 2020). The use of the symbol is of great importance for understanding the semantic connection (if any) of the beginning and end. The Polish researcher R. Stiller distinguishes three lexical levels (Braginsky, 1983, p. 354) (Figure 2).

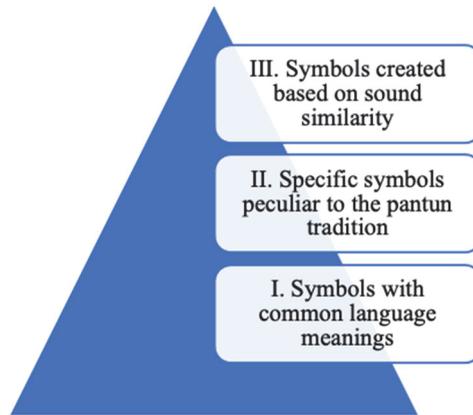


Figure 2. Lexical levels of characters used in pantuns

Source: compiled by the authors.

I. These are common language meanings that are easy to understand without knowing the specifics of Malay artistic thinking. For example:

Lost a diamond in the high grass,
Do not find it in the thick grass.
You're gone, my love, far away,
But your image remained in my heart.

Here the associations are obvious: just as a lost gem is hard to find, so a loved one cannot be replaced.

II. To understand the verses in this category, you need to know the specific symbols used in the pantun tradition. They can be very diverse. Most often,

the symbols are birds, insects, flowers, the moon, cloud, sea, fire and other elements of nature. For example, a pomegranate symbolizes the mouth of a beloved, a bud, a bird, a moon – a girl, a cloud, a branch – a young man, an unripe palm fruit – a teenager, a yellow walnut – an old maid, a shipwreck – a love failure, a large red ant (*kerengga*) – love torments, expensive ivory – a new love, a horn – an old love, earrings – maiden innocence, duck eggs – loneliness, a *kemboja* flower – death, jasmine – a wedding, a white thin mat – a woman.

The boat sails east,
The mast cracks and sways.
On the most beautiful flower
A lot of bumblebees come together.

In this quatrain, a shipwreck symbolizes a love failure, since the chosen flower girl (in the original, a bud) is so beautiful that she has many suitors (“bumblebees”) burning with passion.

III. There is another way to create a symbol – a sound similarity. Thus, “*selasih*” (“*basil*”) means “*kekasih*” (“beloved”), “*hujan*” (“rain”) – “*bujang*” (“young man”), “*rama-rama*” (“butterfly”) – “*bersama-sama*” (“together”), “*padi*” (“rice”) – “*hati*” (“heart”), etc. The second word unconsciously revives in the listener the idea of the first, and thus the internal structure of the verse is fixed, clarified by the external expression.

With pomegranate next to basil,
And eternity was embodied in a moment.
Love has united us –
And blood is twofold with flesh.

This *pantun* is built on two types of symbols: object (*garnet* – the mouth of the beloved) and sound (“*selasih*” (“*basil*”) – “*kekasih*” (“beloved”)). From the first half of it, a picture of mutual pleasure emerges: the lover has the mouth of his beloved next to him. And in the second half, this reciprocity of feeling is even more deeply emphasized: love envelops (in the original, “glues”) both. And the last line is a comparison: after all, there is no flesh without blood.

Symbolism helps to express in figurative form feelings, emotions that are difficult to express in an open form. It can be assumed that this characteristic of *pantuns* contributes in many ways to their popularity.

Thus, M.M. Bakunin, being the consul of the Russian Empire under the Dutch colonial administration in Batavia, noted in his book “*Tropical Holland. Five years on Java Island*”: “In the evenings, you can hear the *mezza voce* (in a low voice) of young girls in the *kampung* (village), to which the young people respond with the same verses, improvised on the spot. <...> In a concise form and in a few, usually soft, strokes, full of harmless jocularly, and sometimes melancholy humor, these native improvisers pour out their *Schusucht* (melancholy) and are able to express everything, even the most subtle, feelings of a sore heart or a victory song of satisfied and triumphant passion” (Bakunin, 2007, p. 87).

The symbolism that is characteristic of *pantuns* can be correlated with the mystery, which is also explained by the history of the origin of this genre. It is assumed that the ancestors of the *pantuns* were proverbs designed as riddles, that is, the *pantun* is a further evolution of the riddles-couplets that turned into a quatrain.

This mystique is embodied in symbolism, which is a distinctive feature of the genre in question:

Pinggan tak retak, / Plates shatter a heap,
Nasi tak dingin, / Grains warm and left unjust,
Engkau tak hendak, / You refuse to be mine to keep,
Aku tak ingin. / Then, I'm not yours to trust.

This pantun is used when lovers break up: it is enough for a girl to say the first two lines, as the young man understands what is being said (Neverman et al., 1961, 352).

Many pantuns contain proverbs that help to convey a particular image, to express the meaning of a certain phenomenon. For example:

Crocodile eats on the shore,
The rock is too low for the tide.
Than to live in shame,
I'd rather go straight to the grave.

In this pantun, the last two lines are a proverbial saying. And in the next pantun, the last line is a saying:

Two swamps and one well,
One budjuk and the Rouen fry.
You're there, and I'm here,
Like an owl that longs for the moon.

The use of symbols helps to expand the verbal formula in which thoughts, experiences are usually clothed.

Another feature of the pantuns is their belonging to a particular theme. At the same time, the general theme of the genre is richer and more diverse than a simple lyric song. Pantuns can reflect all the phenomena of life, as evidenced by the thematic diversity of works of the pantun genre (Kusnadi, 2016). Based on this, there are various classifications of pantuns by content. For example, the age attribute is based on: children's pantuns (pantun anak-anak), youth pantuns (pantun dewasa) and older generation pantuns (pantun orang tua). Then each of these large groups is divided into smaller ones: children – into funny and sad, youth-love, heroic, joking, older generation – into edifying, religious, patriotic, etc.

But we consider it more correct to base the classification on a plot-thematic feature (Figure 3).

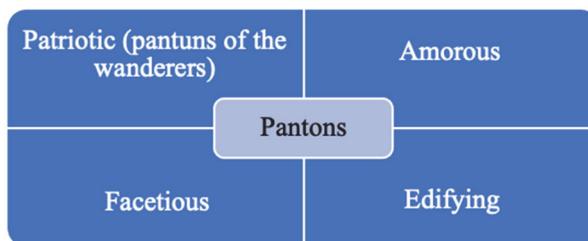


Figure 3. Classification of pantuns by plot and theme

Source: compiled by the authors.

This division is not categorical since some quatrains go beyond its boundaries.

The first group is the patriotic or pantuns of the wanderers, as the Malays themselves call them. Their main theme is love for their native, distant and sweet land. They are imbued with the motives of loneliness and longing, sometimes turning into despair (Rismawati, 2017, p. 59). Let us give as an example the pantun characteristic of this group of quatrains:

Even a tree is hard to grow
At the source of a strange river.
A man in a foreign land is sad,
Who will cure him of his melancholy?

Our research has shown that the most common in Malay folklore quatrains is a theme of love. Many of the amorous pantuns are very close to each other in both sound and meaning:

From where does the leech crawl?
From the field it crawls to the river.
Where does love come from?
From the eyes comes to the heart.

Where does the bird fly from?
Flies out of the bushes to the river.
Where does love come from?
From the eyes comes to the heart.

These quatrains are very similar to each other. They differ only in that at the beginning of the first quatrain it is said about a leech crawling to the river, and at the beginning of the second – about a bird (a small wild pigeon) flying to the river.

Let us now turn to the third group of quatrains – comic pantuns. Often in these cheerful verses, through a carefree joke, an edifying beginning appears. But, unlike edifying pantuns, they do not have direct didactics, moralizing, but only irony or humor:

A Javanese went to the island of Banda,
I wanted to buy him some fish.
An old man married a young woman
And he thinks he won the cockfights.

The edifying quatrains contain moral teachings, various kinds of advice addressed to young people (Rismawati, 2017, p. 60). For example:

Golden bananas brought from far away,
The ripe ones are in a row in the box.
Cash debt paid by due date,
You'll go to your grave as a debtor anyway.

In the above pantun, the idea is stated that a person is an eternal debtor to the family and society that brought him up, gave him knowledge, etc. First, it contrasts duty in the direct sense of the word with moral duty. Secondly, we have a complex figurative metaphor: just as this variety of bananas (“golden”) was brought from far away by sea (apparently, they are quite rare), so a person drew knowledge from a variety of distant sources, which symbolizes the centuries-old experience of their ancestors, the environment, education, etc. Just as bananas collected from many trees now lie side by side in a box, so all the accumulated experience of previous generations fit into the mind of one person.

In some pantuns, freedom, work, unity and mutual assistance are sung. They can also be classified as edifying, such as the following pantun, which was apparently created during the struggle against the colonizers:

A bird that flew into the sky,
You won't get tired of soaring under the sun.
The one who tasted freedom,
He won't be a slave again.

The structural and content features, in turn, determine the phonetic ones. Given that pantuns were originally not poems, but songs, and they are still referred to as a song genre, we note their performance in a singsong, which nevertheless is characterized by simultaneous melody and rhythm. It is also necessary to mention the accent in pantuns. Representing four-line songs, they can have as diverse melodies as verbal texts. Each area of Malaysia and Indonesia has its own melody. The accent is easily changed (since it is not fixed in Malay) according to the musical arrangement (Thomas, 1985).

The size and sound of each individual pantun are always subject to general rules. Exceptions to the general rules are quite rare and also do not go beyond the tribal borders. Thus, the Minangkabau Malays, who live in the central part of Sumatra and speak their own special dialect, have six-line pantuns that have no distribution among other Malays (Gani, 2010; Zulfikarni, Liusti, 2020), and the inhabitants of the Southern Moluccas, the Ambonians, along with the usual type of pantuns, sometimes come across those whose line contains only three two-syllable words and whose rhythm goes back to European (Portuguese and Dutch) poetic or musical rhythms (Goddard, 2005). However, such deviations from the norm are extremely rare.

The performance of pantuns by men and women during field work led to the emergence of a special form of “stitched” pantun (pantun berkait). Its peculiarity lies in the fact that it consists of a chain of quatrains, of which the second and fourth lines of the first pantun become the first and third lines of the second, etc. The performance of “stitched pantuns” by the bride and groom is still a traditional element of the wedding ceremony for many peoples of the Malay Archipelago (Braginsky, 1983, p. 59; Rismawati, 2017, p. 50).

Pantuns were so popular that they were also widely used in written Malay literature. Thus, the heroes of medieval stories (hikayats) often exchanged stitched pantuns, demonstrating their art and ability to use poetic language. Pantun was also used as a diplomatic device by which the heroes resolved conflicts among themselves (Shunmugam, Soh, 2017, p. 50; Spangenberg, 2015, p.5).

There is another kind of pantun-talibun (talibun), another name-sesomba (sesomba), which is widespread in the poetry of the Minangkabau people. Its peculiarity is that it has not four, but a larger number of lines (6, 8, 10, 12, etc.). Talibuns are less popular due to their bulkiness. Their complexity is determined not so much by the multi-line nature, but by the fact that the rhyming lines are separated from each other by a considerable distance, which, of course, makes it difficult to perceive and remember the verse². As an example, we will give this talibun:

² Gasparov, M.L. (1993). *Russian poems of the 1890–1925s in the comments: Textbook*. Moscow: Vysshaya shkola Publ. (In Russ.)

Climbing a steep mountain,
I found myself in the jungle of the primeval,
Some of the trees here bear fruit,
Some of them are suitable only for wood.
I, the insignificant one, stutter timidly,
Naming the mighty ones:
Theologians, local rich people,
Headmen and landowners of the all-powerful.

In this pantun-talibun, the lines rhyme according to the following pattern: a-b-c-d-a-b-c-d, i.e., the first line rhymes with the fifth, the second with the sixth, etc. This principle is maintained in all multi-line talibuns: it is divided in half and each line of the first half rhymes accordingly with the line of the second half of the poem.

It is quite obvious that although there are small structural differences between the actual pantun and the stitched pantun, and the talibun, they are not independent poetic forms. The stitched pantun and talibun are varieties of pantun, because they retain the main feature of this genre – the division of the quatrain in the stitched pantun and the multi-verse in the talibun into the beginning (allegory) and the ending (realization).

The varieties of the same pantuna include seloka—a poem that also consists of four lines, but with a continuous rhyme or monorim (Braginsky, 1983, p. 351):

Kayu jati bertimbal jalan / Timber woods decked, a house of cards,
Turun angin patahlah dahan. / Mother wind blows, they fell apart.
Ibu mati bapa berjalan, / A mother dead, a father runs,
Kemana untung diserahkan? / What's life if you're eating your heart?

Here all four lines rhyme according to the scheme: a-a – a-a and, in addition, there is an internal cross-rhyme: "jati" – "mati". The above quatrain is really a pantun built on parallelism. But seloka is also called such poems with a monorim, where this main feature of the pantun is absent. The theme of seloka usually becomes a satire of negative phenomena of reality or criticism of inappropriate behavior.

Many researchers note the love of Malays for alliteration, for parallelism with the help of sound hints (Rismawati, 2017, p. 59). It is the considered features of pantuns, which make it possible to figuratively express feelings and emotions in a simple accessible form, that contribute to the popularity of this genre so far. Pantuns, as well as prayers, traditionally begin and end any official event in Indonesia. They reflect modern reality, but the form in the quatrains remains traditional: they are built on semantic and syntactic parallelism, break down into a beginning and ending (Effendi, 2019; Natsir et al., 2019; Pogadaev. *Flowers..*, 2008; Rismawati, 2017; Winona et al., 2017).

Pantun as a genre of poetry is known and popular outside of Malay culture. In the XIX century, Western writers experimented with the form of the pantun: Victor Hugo in the collection "Orientales" (*Les Orientales*, 1829), Leconte de Lisle, Theodore de Banville, etc. Some modern American writers, such as Anne Waldman, Donald Justice, and John Ashbery, used this form in their works. Pantuns have had a certain attention on the work of Russian poets of the Silver age: Valery Bryusov, Adeline Adalis, Nikolai Gumilyov.

Currently, pantuns are gaining more and more fans on the world wide Web. Aspiring poets try to create their own works in this genre and even hold competi-

tions for the title of “best pantun writer”. Also on the poetry forums, the game “pantun” is offered, the essence of which is that the first player offers a quatrain, and the next one must compose his own, where the second and fourth lines of the previous quatrain become the first and third of the invented one. Therefore, the traditional genre of Malay folklore is gradually spreading around the world.

Conclusion

The research allowed to systematize the main features characteristic of the pantun – genre of traditional Malay poetry and draw the following conclusions:

- classic folk pantun is a miniature poetic form, the quatrain rhyme with cross decaying into two couplets, which usually do not have each other any direct logical connection, but connected by the principle of sound and, most importantly, figurative and symbolic parallelism;

- brevity and conciseness are important: pantuns use two- and three-syllable words, each line consists of 8–12 syllables;

- structural features: consistency and brevity, can be explained by the fact that the pantun was born in the pre-written era and carried a certain functional load, while the violation of the norm-logic may be intended to draw attention to the content aspect, namely, to strengthen the impression of the ending of the poem;

- the considered structural features determine the content characteristics of pantuns: brevity and logic make it important to choose a word from the point of view of its economy and sound, the need to expand the semantic form through the use of allegories, metaphors, and symbolism;

- symbolism helps to express in figurative form feelings, emotions that are difficult to express in an open form, while the symbolism that is characteristic of pantuns can be correlated with mystery, which is also explained by the history of the emergence of this genre;

- the structural and content features, in turn, determine the phonetic ones: based on the original belonging of the pantuns to the song genre, it should be noted that they are melodic and rhythmic;

- it is the considered features of pantuns, including a variety of themes, meeting certain national characteristics of the Malay people, that contribute to the popularity of this genre so far. The modernizing content is nevertheless subject to the established, that is, traditional norms of the design of these verses.

The characteristics of the pantun presented in the article can be supplemented in the course of further research. A separate subject of study can be a typological comparison of individual varieties of the genre that are common in different regions of the Malay Archipelago. The use of the pantun form in European poetry of the XIX–XX centuries also opens up great prospects for the study of literary relations between East and West.

A more detailed study is also required of the modern forms of pantun existence: for example, today we can say that through thematic Internet communities that have united amateur poets, pantuns have been transformed into one of the genres of online folklore.

References

- Adnan, A., & Pillay, I. (2020). The Malay language ‘Pantun’ of Melaka Chetti Indians in Malaysia: Malay worldview, lived experiences and hybrid identity. *International Journal of Comparative Literature and Translation Studies*, 8(2), 15–21. <https://doi.org/10.7575/aiac.ijclts.v.8n.2p.15>
- Bakunin, M.M. (2007). *Tropical Holland. Five years on the island of Java*. Moscow: Minuvshee Publ. (In Russ.)
Бакунин М.М. Тропическая Голландия. Пять лет на острове Ява. М.: Минувшее, 2007.
- Braginsky, V.I. (1983). *A history of Malay literature of the XII–XX centuries*. Moscow: Nauka Publ. (In Russ.)
Брагинский В.И. История малайской литературы VII–XIX веков. М.: Наука, 1983. 495 с.
- Braginsky, V.I. (1994). *The beauty and the meaning of meaning beauty in Classical Malay literature*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Braginsky, V.I., & Diakonova, E.M. (1999). *Images of Nusantara in Russian literature*. Leiden: KITLV Press.
- Effendi, R. (2019). Seeing nature and the philosophy of Banjar through Banjar traditional pantun. *Indonesian Journal of Cultural and Community Development*, 3, 25–32. <https://doi.org/10.21070/ijccd2019213>
- Effeny, T. (2004) *Tunjuk Ajar dalam Pantun Melayu*. Yogyakarta: Center for the Study and Development of Malay Culture: Adicipta Karya Nusa.
- Endraswara, S. (2010). *Folklor Jawa: Macam, Bentuk, dan Nilainya*. Jakarta: Penaku.
- Gani, E. (2010). *Pantun Minangkabau dalam Perspektif Budaya dan Pendidikan*. Padang: UNP Press.
- Goddard, C. (2005). *The language of East and Southeast Asia*. Oxford: University Press.
- Harun, M.P. (1989). *Puisi Melayu Tradisional: Suatu Pembicaraan Genre dan Fungsi*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Hashim, Y.Z.H.-Y., & Mohamad, N.H. (2015). *Koleksi Pantun Halal untuk Kanak-Kanak dan Remaja*. Kuala Lumpur: International Islamic University Malaysia Press.
- Ismail, N.A., Ariffin, N.F., Ismail, S., Yunos, M.Y.M., & Utaberta, N. (2015). Understanding characteristics of the Malay cultural landscape through pantun, woodcarving and old literature. *Advances in Environmental Biology*, 9(24):137–141.
- Jyh, W.S., & Muhammad, H.S. (2018). Muhammad Haji Salleh, Pantun: The poetry of passion, Kuala Lumpur, University of Malaya Press, 2018, 108 p. *Archipel*, 96, 187–188. <https://doi.org/10.4000/archipel.899>
- Kusnadi, K. (2016). Malay pantun: Study on missionary message in Tafsir al-Azhar. *Wardah*, 17(2), 155–173. <https://doi.org/10.19109/wardah.v17i2.965>
- Liaw, Y.F. (2013). *A history of classical Malay literature*. ISEAS Publishing. <https://doi.org/10.1355/9789814459891-012>
- Mihardja, R. (2012). *Buku Pintar: Sastra Indonesia*. Jakarta: Laskar Aksara.
- Natsir, M., Amal, B., Supsilani, S., & Suswati, R. (2019). Oral tradition in Pantun of Langkat Malay traditional wedding ceremony. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal: Humanities and Social Sciences*, 2(1), 165–172. <https://doi.org/10.33258/birci.v2i1.162>
- Neverman, G. (1961). *Buffalo voice: Malay (Indonesian) folk songs*. Moscow: Izdatelstvo Vostochnoj Literaturny Publ.
Неверман Г. Голос буйвола. М.: Изд-во восточной литературы, 1961. 310 с.
- Nurhayati, B. (2011). Penggunaan Bahasa dalam Pantun Melayu Bangka: Sebuah Kajian Stilistik. *Seminar Antarabangsa Linguistik dan Pembudayaan Bahasa Melayu VII (SALPBMVII), 9–10 November 2011, Universiti Putra Malaysia Serdang, Selangor*. Retrieved November 22, 2020, from <http://nurhayatibizzy.blogspot.com/2011/12/penggunaan-bahasa-dalam-pantun-melayu.html>

- Parnikel, B.B. (1980). *The introduction to the history of Nusantara literature*. Moscow: Izdatelstvo Vostochnoj Literaturny Publ. (In Russ.)
Парникель Б.Б. Введение в литературную историю Нусантары IX–XIX вв. М.: Наука, 1980. 244 с.
- Parnikel, B.B. (1996). A stream. Traditional and contemporary Malay poetry (My Malay Library). Moscow: Krasnaya Gora Publ. (In Russ.)
Парникель Б.Б. Ручей: традиционная и современная малайская поэзия. М.: Красная гора, 1996. 135 с.
- Pogadaev, V., & Pogadaeva, A. (2010). *Pantun Melayu Merentas Dunia: Kes Rusia*. Kuala Lumpur: Akademi Pengajian Melayu Universiti Malaya.
- Pogadaev, V.A. (2008). Flowers of distant shores. From modern Malay poetry. *Aziya i Afrika Segodnya*, 11(616), 75–76. (In Russ.)
Погодаев В.А. Цветы далеких берегов. Из современной малайской поэзии // Азия и Африка сегодня. 2008. Т. 11. № 616. С. 75–76.
- Pogadaev, V.A. (2008). Russian chastushka and Malay pantun. *Folklore and Folkloristics*, 1(1), 40–51.
- Pogadaev, V.A. (2009). *Mawar Emas. Bunga Rampai Sastra Rusia*. Kuala Lumpur: Institut Terjemahan Negara Malaysia.
- Pudjasworo, B., Prasetya, H.B., Senen, I.W., Raditya, MHB, Rokhani, U., & Yudiaryani. (Eds.) (2017). *Karya Cipta Seni Pertunjukan*. Yogyakarta: JB Publisher.
- Puspitasari, P. (2015). Penelitian terhadap Struktur Cerita, Konteks, Ko-tekst, Proses Pewarisan, Fungsi, Nilai-Nilai, and Ancangan. *Jurnal Penelitian Pendidikan UPI*, 15(1), 77–89.
- Rais, Y. (2013). *Pantun dan Bahasa Indah: Jendela Budaya Melayu*. Kuala Lumpur: Endowment Publications.
- Rismawati, M.Pd. (2017). *Perkembangan Sejarah Sastra Indonesia*. Banda Aceh: Bina Karya Akademika.
- Sadikin, S. (2010). *Kumpulan Sastra Indonesia: Pantun, Puisi, Majas, Peribahasa, Kata Mutiara*. Jakarta: Gudang Ilmu.
- Seelig, P. (2014). *History of Pantun*. Retrieved November 27, 2020, from https://www.researchgate.net/publication/260478782_History_of_Pantun
- Shunmugam, K., & Soh, B.K. (2017). William Marsden and John Crawfurd: English translations of Pantun in nineteenth century grammar texts. *Journal of Modern Languages*, 24(1), 49–61.
- Siagian, C. (2019). *Malay folk songs collection: Early to mid-intermediate level*. USA: Hal Leonard.
- Spangenberg, S.W. (2015). *The function of pantun in Malay speech* (Master thesis). Leiden: Leiden University.
- Subet, M.F. (2017). *Pantun Melayu Sarawak: Pentafsiran Makna Implikatur*. Samarahan: UNIMAS.
- Tarwiyani, T., Munir, M., & Trisakti, S. (2020). Pantun as a means of character education in the life of the nation and state. *Proceedings of the 3rd International Conference on Learning Innovation and Quality Education (ICLIQE 2019)*. Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200129.161>
- Thomas, P.L. (1985). Phonology and semantic suppression in Malay pantun. *Semiotica*, 57(1–2), 87–100.
- Vinstedt, R. (1966). *Travel through half a million pages. The history of Malay classical literature*. Moscow: Nauka Publ. (In Russ.)
Винстедт Р. Путешествие через полмиллиона страниц. История малайской классической литературы. М.: Наука, 1966. 278 с.
- Winona, T., Sinar, T., Sibarani, R., & Takari, M. (2017). The performance, text, and context Cengkok-Cengkok Malay Panai Labuhanbatu-Sumatera Utara, Indonesia. *Journal of Arts and Humanities*, 6(7), 55–61. <https://doi.org/10.18533/journal.v6i7.1080>

Zulfikarni, Z., & Liusti, S.A. (2020). Merawat ingatan: Filosofi marantau di dalam pantun-pantun Minangkabau. *SASDAYA: Gadjah Mada Journal of Humanities*, 4(1), 13–26. <https://doi.org/10.22146/sasdayajournal.54565>

Bio notes:

Dana K. Bartosh, Doctor of Sciences in Pedagogy, Associate Professor, Department of Russian as a Foreign Language, Moscow State Linguistic University, 38 Ostozhenka St, Moscow, 119034, Russian Federation. ORCID: 0000-0001-9612-8997. E-mail: d.bartosh@linguanet.ru

Ekaterina O. Kotova, postgraduate of Science in Philology, Philological Faculty, Pushkin State Russian Language Institute, 6 Akademika Volgina St, Moscow, 117485, Russian Federation. E-mail: katerynakotowa@yandex.ru

Victoria V. Kytina, PhD in Pedagogy, lecturer of Russian as a Foreign language, Student Development Section, Malaysian Institute of Aviation Technology, University Kuala Lumpur, 1016 Jalan Sultan Ismail St, Kuala Lumpur, 50250, Malaysia. ORCID: 0000-0003-4660-4726. E-mail: kytinavictoria@unikl.edu.my

Mariya V. Kharlamova, Candidate of Sciences in Pedagogy, Associate Professor, Department of Grammar and History of the German Language, Faculty of German Language, Moscow State Linguistic University, 38 Ostozhenka St, Moscow, 119034, Russian Federation. ORCID: 0000-0001-5278-8168. E-mail: m.harlamova@linguanet.ru

Сведения об авторах:

Бартош Дана Казимировна, доктор педагогических наук, доцент кафедры русского языка как иностранного, Московский государственный лингвистический университет, Российская Федерация, 119034, Москва, ул. ул. Остоженка, д. 38, стр. 1. ORCID: 0000-0001-9612-8997. E-mail: d.bartosh@linguanet.ru

Котова Екатерина Олеговна, аспирант, филологический факультет, Государственный институт русского языка имени А.С. Пушкина, Российская Федерация, 117485, Москва, ул. Академика Волгина, д. 6. E-mail: katerynakotowa@yandex.ru

Кытина Виктория Викторовна, кандидат педагогических наук, преподаватель русского языка как иностранного, Малайзийский институт авиационных технологий, Университет Куала-Лумпур, Малайзия, Куала-Лумпур, 50250, ул. Султана Исмаила, д. 1016. ORCID: 0000-0003-4660-4726. E-mail: kytinavictoria@unikl.edu.my

Харламова Мария Витальевна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры грамматики и истории немецкого языка, факультет немецкого языка, Московский государственный лингвистический университет, Российская Федерация, 119034, Москва, ул. Остоженка, д. 38, стр. 1. ORCID: 0000-0001-5278-8168. E-mail: m.harlamova@linguanet.ru



КОМПАРАТИВИСТИКА
COMPARATIVE STUDIES

DOI 10.22363/2312-9220-2023-28-1-79-91
EDN: JGRPYR
УДК 821.581

Научная статья / Research article

**Путь дискурсивного познания
древнекитайского трактата «Дао дэ цзин» в России**

Ш. Ван , Л.Г. Золотых  

*Сычуаньский университет,
Китайская Народная Республика, 610065, Чэнду, ул. Ванцзянлу, д. 29*
 scu1959rus@mail.ru

Аннотация. Исследуется проблема распространения и влиятельной силы древнекитайского философского трактата Лао-цзы «Дао дэ цзин» в России. Научная ценность определена глубоким интересом русских синологов к древнекитайскому литературному шедевру. Представлена предопределенность познания емкости философского дискурса трактата и образности языка текста как классического произведения мировой литературы, статус которого подтверждается количеством переводов, уступающим лишь Библии. Выделены основные этапы взаимодействия лингвокультур на примере истории переводов древнекитайского трактата «Дао дэ цзин» на русский язык, указаны причины депрессии и бума переводческой деятельности в связи с определенным историческим периодом, аргументирована значимость и актуальность дискурсивного познания философии Лао-цзы в России. Посредством выявленных векторов изучения в современной русской синологии представлена позитивная тенденция увеличения числа научных исследований книги «Дао дэ цзин» в России. Описаны и систематизированы типы и особенности переводов «Дао дэ цзин» на русский язык. Анализируются существенные отличия разнообразных переводов. Отмечается открытость философского дискурса книги «Дао дэ цзин» и значимость академических и популяризаторских переводческих версий для дискурсивного познания русским читателем древнекитайского философского текста в социокультурном контексте. Утверждается репрезентация глубокого познания дискурсивных смыслов традиционной китайской культуры в многочисленных исследованиях «Дао дэ цзин» русскими синологами, в результате чего был создан оригинальный путь переводов этого древнекитайского философского трактата на русский язык.

Ключевые слова: перевод, русская синология, традиционная китайская культура, анализ, дискурсивный смысл

Заявление о конфликте интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

История статьи: поступила в редакцию 1 ноября 2022 г.; отрецензирована 15 декабря 2022 г.; принята к публикации 25 декабря 2022 г.

© Ван Ш., Золотых Л.Г., 2023



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

Для цитирования: Ван Ш., Золотых Л.Г. Путь дискурсивного познания древнекитайского трактата «Дао дэ цзин» в России // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2023. Т. 28. № 1. С. 79–91. <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2023-28-1-79-91>

The way of discursive cognition of the ancient Chinese treatise *Tao Te Ching* in Russia

Shuo Wang , Lidiia G. Zolotykh  

Sichuan University,
29 Wangjianglu St, Chengdu, 610065, People's Republic of China
 scu1959rus@mail.ru

Abstract. The authors study the problem of the spread and influential power of the ancient Chinese philosophical treatise by Laozi *Tao Te Ching* into Russian. The academic value is determined by the deep research interest of Russian Sinologists to the ancient Chinese literary masterpiece. A predetermined cognition of the depth of philosophical discourse and figurativeness of the treatise's language is presented. Its status as a classic work of world literature is confirmed by the number of translations, second only to the Bible. The authors highlight the main stages of interaction between linguocultures on the example of the history of translations of the ancient Chinese treatise *Tao Te Ching* into Russian, the reasons for the depression and boom of translation activity in connection with a particular historical period, and the significance and relevance of the discursive knowledge of Laozi philosophy in Russia. A positive trend is depicted in increasing the number of studies of *Tao Te Ching* through the identified research vectors in modern Russian Sinology. The types and features of *Tao Te Ching* translations into Russian are described and arranged. The openness of philosophical discourse of *Tao Te Ching* and the importance of academic and popularized translations for discursive study of the ancient Chinese philosophical text in the socio-cultural context by Russian readers are noted. The representation of the profound knowledge of discursive meanings of traditional Chinese culture in the numerous studies of *Tao Te Ching* by Russian Sinologists is discussed, resulting in the original way of translating this ancient Chinese philosophical treatise into Russian.

Keywords: translation, Russian sinology, traditional Chinese culture, analysis, discursive meaning

Conflicts of interest. The authors declare that there is no conflict of interest.

Article history: submitted November 1, 2022; revised December 15, 2022; accepted December 25, 2022.

For citation: Wang, S., & Zolotykh, L.G. (2023). The way of discursive cognition of the ancient Chinese treatise *Tao Te Ching* in Russia. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 28(1), 79–91. (In Russ.) <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2023-28-1-79-91>

Введение

Основоположник даосизма Лао-цзы как один из величайших философов и мудрецов в истории Китая пользуется заслуженным признанием во всем мире, а его идеи, представленные в книге «Дао дэ цзин», являясь ключевым компонентом традиционной китайской культуры, глубоко влияют на мента-

литет китайского народа. «Среди философских текстов в рамках культурной системы даосизма «Дао дэ цзин» занимает незаменимое место, он обладает самобытностью и оригинальностью, одновременно являясь духовной опорой многовековой истории китайской нации» (Гао и др., 2012, с. 132).

Более 2500 лет открытость философского дискурса книги «Дао дэ цзин» посредством обычного слова мотивирует «глубинное творческое начало человека – стремление непрерывно искать способы, пути, возможности самоутверждения в мире» (Лесовская, 2013). Предопределенность дискурсивного познания емкости и образности языка «Дао дэ цзин», где «концентрация мысли в небольшом объеме привела к возникновению множества толкований ее смысла» (Дао дэ цзин, 2017, с. 4), обусловила живой интерес к исследованиям древнекитайского трактата в современной мировой синологии и высокую репутацию в научном сообществе России (Yün-Hua, 1975; Лао Цзы, 2019; Дао дэ цзин, 2017; Лао Цзы, 2005; Công, 2007 и др.).

Обсуждение

«Дао дэ цзин» как даосская классика

Трактат «Дао дэ цзин», имеющий также название «Лао-цзы», в качестве одного из репрезентативных трудов в истории Китая является изложением целостной философской системы, воплотившей в себя космогонические, антропософские (Murray, 2019) и социально-политические представления. История «Дао дэ цзин» начинается с доциньской эпохи – периодов Чуньцю (771–453 гг. до н. э.) и Чжаньго (403–221 гг. до н. э.).

На данный момент количество переводов на русский язык достигло трех десятков, и каждая версия отличается оригинальностью, отражая существенные отличия и разнообразие переводов названия «Дао дэ цзин». Следует отметить типичный перевод «Дао» как ‘Путь’ и смысловое варьирование компонента «Дэ». Так, «Дэ» семантизируется в переводах В. Сухорукова, И.С. Лисевича, А.В. Кувшинова как ‘благодать’. Индивидуальный творческий подход переводчика актуализирует такие дискурсивные смыслы «Дэ», как ‘нравственность’ (Д.П. Конисси, А.П. Саврухин), ‘сила’ (М.Н. Соловьева, Юй Кан), ‘благая сила’ (С.Н. Батонов), ‘потенция’ (Б.Б. Виноградский); у В.В. Малявина «Дао дэ цзин» – это «Книга о Пути жизни». В западной концепции для восприятия трактата «Дао дэ цзин» следует учитывать три фактора: конкретное, текстуальное развертывание произведения; историческую реальность, окружающую его замысел; роль текста в позднейшей религиозной традиции (De Angelis et al., 2008). Переводы трактата «Дао дэ цзин» на русский язык представляют разные векторы дискурсивного познания и «обусловлены как видением происхождения и исходного назначения текста, так и философско-мировоззренческими предпочтениями и исследовательскими подходами, которых придерживаются переводчики» (Юркевич, 2012, с. 77).

Понятия «Дао» и «Дэ» служат основой философии Лао-цзы: «Дао» встречается в тексте 74 раза, «Дэ» – 44 раза. «Дао» поднимает антропософские и социально-политические представления на онтологическую высоту, «Дэ» как суть воплощения и раскрытия «Дао» дает конкретные ориентиры

для его применения в различных сферах человеческой жизни. Метафизика «Дао» подразумевает естественное состояние, исключая искусственное вмешательство. В реальной жизни «Дао» доступно для восприятия и постижения человеком мира посредством воплощения «Дэ», чья жизненная сила необходима «для восприятия мира и деятельности в нем, оно наполняет форму вещей и вытекает из Дао» (Корягина, 2018, с. 110).

«Дао» есть источник всего сущего, субстантивированная закономерность (Пути обретения бессмертия., 2007, с. 70), сокровенный смысл которой состоит во взаимной трансформации противоположностей, что репрезентируется в переводных текстах языковыми антонимами, например: *Трудное и легкое друг друга создают. Длинное и короткое друг друга выявляют. Высокое и низкое друг друга устанавливают* (Лао-Цзы, 2019, с. 27).

Все изменения, противоречия, происходящие во Вселенной – это суть перехода в свою противоположность. Ср.: *О, несчастье – опора счастья! О, несчастье – ложе счастья!* (Дао дэ цзин, 2008, с. 158); *То, что кажется ущербным, есть сама полнота. Что кажется неправильным, оказывается самым верным, неудовлетворенность есть другая сторона удовлетворения* (Лао Цзы, 2015, с. 92).

Приобретая универсальный характер, диалектическая взаимосвязь противоположностей отражается на примере 70 антиномий, репрезентирующих антитезы ядерными смыслами, ср.: *трудное – легкое, добро – зло, наличие – отсутствие, мягкое – твердое, слабое – сильное, сложность – легкость, верх – низ, Инь – Ян.*

Философия Лао-цзы несет эпохальную ценность, утверждая «гармонию человека и природы»: *Человеку образец – земля, земле образец – небо, небу образец – путь, а пути образец то, что таково по себе* (Лао-Цзы, 2019, с. 72). Даосское мышление ценит и доброжелательные взаимоотношения, ср.: *Посему премудрый человек, желая быть над людьми, должен в речах своих быть ниже них. А желая быть прежде людей, должен в поступках своих быть позади них* (Лао-Цзы, 2019, с. 161). Подобные рассуждения показывают лингвокультурные направления дискурсивного познания трактата «Дао дэ цзин», формирующего ценностный мир человека в аспекте самопознания и гуманности.

Этапы дискурсивного познания «Дао дэ цзин» в России

Исходной точкой истории переводов книги «Дао дэ цзин» в русской синологии можно считать 1818 год, когда в соответствии с указом царского правительства было определено предназначение русской духовной миссии в Пекине, требующее всестороннего изучения китайской экономики и культуры. Согласно требованиям, предъявленным правительством к членам десятой русской духовной миссии, архимандрит Д.П. Сивиллов приступил к изучению китайской религии, в том числе и даосизма. Являясь первым исследователем даосизма, Д.П. Сивиллов за пять лет (1823–1828 гг.) сделал первый в истории русской синологии перевод «Дао дэ цзин», однако из-за отсутствия официального решения о публикации его перевод оставался в рукописи почти сто лет и вышел в свет лишь в 1915 г. в журнале «Известия

Одесского библиографического общества» под заглавием «Неопубликованный пер. Дао-дэ-цзин, архим. Даниила (Сивиллова)».

Вторая половина XIX века стала периодом эволюции глубокого интереса к китайской культуре в русском обществе, что было обусловлено революциями 1848 года в Европе, вызвавшими «скептические отношения привилегированных сословий к западной Европе, когда русская элита возвращалась к переосмыслению национальных традиций и духовных ценностей русской нации» (Лю, 2013, с. 8).

Путь к изучению книги «Дао дэ цзин» в российском обществе открыли вышедшие переводы на французском, немецком, английском языках. Так, Л.Н. Толстой с 70-х годов XIX века занимался анализом мыслей «Дао дэ цзин», изучая произведения Лао-цзы и сравнивая английский, немецкий, французский переводы, результатом чего стало издание книги «Изречения китайского мудреца Лао-цзы, избранные Л.Н. Толстым» (издательство «Посредник», 1910 год), где он представил русским читателям предисловие «О сущности учения Лао-Цзы» и 64 отрывка из «Лао-цзы». Также писатель четыре месяца помогал Масутаро Конисси – японцу по национальности, принявшему в крещении имя Даниила Павловича (Конисси), – «в деле проверки точности перевода» трактата «Дао дэ цзин», основой которого стал «текст китайского издания из Румянцевского музея, к тому же Конисси использовал несколько японских изданий трактата и парижское (1842) издание» (Маслов, 2018, с. 254). В 1913 году перевод вышел в свет как отдельная книга под заглавием «Тао-те-кинг, или Писание о нравственности» с указанием на редакцию Л.Н. Толстого.

Любителем китайской поэзии и классической философии также был известный поэт Серебряного века К.Д. Бальмонт. В сборнике «Зовы древности» (1909) был представлен первый поэтический перевод «Дао дэ цзин», соединивший четырнадцать глав трактата.

В 1920-е и 1930-е гг. переводческая деятельность, связанная с трактатом «Дао дэ цзин», погрузилась в депрессию, так как «востребованным направлением исследования стала китайская революция, методы и аспекты исследования подверглись влиянию высказываний руководителей КПСС» (Янь, 2007, с. 140). Период 1940–1950-х годов характеризуется влиянием идеологических факторов на китайские философские исследования, утверждавшие, что история философии есть история материализма – учения Лао-цзы также приобрели материалистический характер. В 1950 году опубликован перевод Ян Хиншуна (советского ученого китайского происхождения), текст которого основан на теории марксизма. Отличительной особенностью этого перевода стала точность и простота изложения для восприятия народными массами, и более полувека (до 1971 года) он являлся единственным переводом «Дао дэ цзин» в советское время. Надо отметить, что перевод получил широкое распространение и имел влияние на дальнейшее развитие перевода и изучения книги «Дао дэ цзин».

Серьезным препятствием развитию китаеведения в СССР стал период сложных китайско-советских отношений (1960-е годы). Некоторые советские китаеведы участвовали в дебатах между КПСС и КПК – отклонение объектов исследования и методов притормозило развитие китаеведения.

В 1970-х годах русский поэт-эмигрант В.Ф. Перелешин сделал поэтический перевод «Дао дэ цзин», который воспроизводил литературные черты и поэтическое очарование оригинального произведения. В переводе представлены присущие оригиналу рифмованные строки и повторы, используется мужская рифма, отражающая односложную структуру китайского языка. Однако первоисточник, взятый В.Ф. Перелешиним из «Новой редакции древней литературы – Лао-цзы» Чжэн Линя, имеет существенные отличия в структуре и порядке глав от широко распространенного издания «Дао дэ цзин», что привело к непониманию текста, сказалось на распространении и влиятельной силе данного перевода.

После ослабления напряженности китайско-советских отношений развитие китаеведения приобрело положительную тенденцию, и в 1987 году вышли в свет переводы А.П. Саврухина и В. Сухорукова. Следует отметить, что за весь советский период было только четыре перевода «Дао дэ цзин» на русский язык. В конце XX века количество переводов «Дао дэ цзин» стремительно увеличивалось, что обусловлено несколькими факторами.

Во-первых, «в 1980–1990-е годы советское/российское общество пострадало из-за ослабления исходной мейнстримной системы ценностей, а также столкнулось с сильным давлением информационной революции и материализма Запада» (Лю, 2013, с. 8). В России произошла социально-культурная трансформация, сопровождающаяся диверсификацией мыслей и ценностей, а достигнутые успехи проведения курса реформ и открытости Китая побудили к рассмотрению китайской философии и мудрости. В России стала наблюдаться активная тенденция к изучению китайской философии (Чжан, 2019, с. 111).

Во-вторых, за последние 25 лет XX века значительно пополнились ряды китаеведов, усердно занимающихся доциньскими философскими исследованиями. Мавандуйские и Годяньские списки «Лао-цзы», обнаруженные в 1973 и 1993 годах привлекли внимание русских синологов: «многозначность понятий, выраженных знаками китайского иероглифического письма, лаконичность высказываний, глубина содержания, широкое использование литературных приемов, многослойность текста ведут к существенно неоднозначной его трактовке и побуждают исследователей вновь и вновь обращаться к первоисточнику» (Лао Цзы, 2005, с. 3).

В-третьих, благодаря тесным связям экономических, торговых и культурных обменов Китая и России распространение китайской культуры интенсивно усиливается, что способствует процветанию и развитию русской синологии. Потребность культурного обмена двух стран обусловила общую тенденцию переиздания и выхода новых переводов китайской классики, в частности трактата «Дао дэ цзин». За 1991–2000 годы издано 11 переводов «Дао дэ цзин», среди которых популярны тексты А.В. Кувшинова, И.С. Лисевича, Е.А. Торчинова. В первое десятилетие XXI века вышло 13 переводов, и среди них выделяются переводы, выполненные В.В. Малявиным, Л.И. Кондрашовой. Таким образом, за 20 лет (1991–2010) появилось 24 перевода «Дао дэ цзин» на русский язык, что составляет две трети от общего числа переводов в России.

Типы переводов и направления исследований «Дао дэ цзин»

По целостности содержания переводы классифицируются на полные и сокращенные. В период имперской России и Советского Союза, то есть на начальном этапе, переводчики отдавали предпочтение отрывкам. За последние 30 лет утвердился приоритет полных переводов. С точки зрения академичности выделяют профессиональный и адаптированный переводы.

Академические переводы. Представление русскими синологами собственных научных исследований в качестве теоретической базы аргументирует авторскую концепцию, что является обоснованием оригинальных переводов, которые сопровождаются подробными толкованиями. Такой подход к исследованию текста трактата «Дао дэ цзин», способствующий дискурсивному осознанию древнекитайской философии и осмыслению ее современной значимости, является классической моделью переводческой деятельности русских сиологов. Среди профессиональных переводчиков нами выделены В.В. Малявин, Е.А. Торчинов, А.Е. Лукьянов, И.И. Семенов, А.А. Маслов, чьи труды показывают глубокое знание китайской истории, культуры китайской нации, китайского языка и отличаются доскональным изучением оригинального текста книги «Дао дэ цзин» и классических комментариев к нему. Объединение в одной книге перевода и научного исследования текста трактата «Дао дэ цзин» является обоснованным средством для интерпретации научной мысли русских сиологов и, несомненно, может считаться монографическим изданием. Например, Е.А. Торчинов, раскрывая суждения о космогонии и космологии, о принципе «недеяния» и самоестественности и т. д., начинал с изложения происхождения даосизма, представителей Лао-цзы и Чжуан-цзы, далее переходил к научному исследованию даосских учений и только в завершении представил полный перевод «Дао дэ цзин» с детальными комментариями.

Профессиональный перевод и научные исследования русских сиологов внесли большой вклад в воспроизведение дискурсивного этнопространства «Дао дэ цзин» в русскоязычном культурном контексте, благодаря чему заложена солидная теоретическая основа для перевода и исследования «Дао дэ цзин».

Адаптированные переводы. Из-за ограниченности глубокого знания китайского языка любители китайской культуры используют академические переводы как посредник: переписывают «Дао дэ цзин» и дают пояснение философии «Дао дэ цзин», наполняя свой русскоязычный вариант перевода воображениями и творческими композициями. По утверждению Ю. Полежаевой, ее работа не настоящий перевод, а проекция прочитанных переводов. Она комплексно использовала в своей работе 15 переводов, чтобы показать многогранность исходного дискурса. Сопоставив 9 переводов на русский язык и 6 переводов на английский язык, Ю. Полежаева подтверждает необходимость стихотворного перевода, так как ритмическая и рифмованная организация обусловлена внутренней потребностью текста. Попытка изложения дискурсивного смысла «Дао дэ цзин» современными языковыми средствами привела в какой-то степени к потере китайского стиля и колорита.

Перевод И.Б. Бурдонова наполнен субъективностью и личными ассоциациями, что объясняется и структурно-семантической трансформацией названия трактата – «Дао Дэ Липовка Вэй», где включение автором названия своей родины «Липовка» для замены компонента ‘цзин’ приводит к радикальному понятийному искажению переводчиком понятия «Дао». Неясность базовых концептов в тексте сделала этот перевод полной импровизацией, где трудно найти следы исходной семантики «Дао дэ цзин».

Многоаспектность комплексного подхода, охватывающего научное исследование, перевод и комментарий, характерна для профессионального перевода синологов, а перевод любителей китайской культуры невелик по объему и отличается определенной степенью свободы интерпретации дискурсивного смысла «Дао дэ цзин».

В зависимости от стиля перевода выделены *прозаический и поэтический переводы*. В академическом сообществе разошлись во мнении относительно того, какой стиль предпочтительнее. Одни ученые считают, что исключительно «стих, переведенный стихом, есть стихия, переданная стихией же» (Дао дэ цзин, 2008, с. 38). Немало сторонников и у прозаического стиля: В.В. Малявин, Б.Б. Виноградский настаивают на том, что прозаический стиль способствует воспроизведению дискурсивного смысла исходного текста трактата и обеспечивает более точный перевод.

Новым веянием в переводе книги «Дао дэ цзин» стал *параллельный перевод*. В 2008 году вышли два перевода: прозаический перевод А.Е. Лукьянова, отличающийся научным характером, и поэтический перевод В.П. Абраменко, передающий поэтические и эстетические особенности «Дао дэ цзин». Китайско-русский параллельный перевод В. Странника отличается высокой степенью яркого китайского колорита. Китайский текст, по сути, представляет собой свод текстов Хэшан Гуна, Ван Би, списка А и списка Б из Мавандуя, где отмечены выявленные различия. Приложение к данному переводу содержит также полные китайскоязычные тексты приведенных выше четырех классических вариантов и русско-китайский параллельный словарь «Дао дэ цзин». В 2009 году издательство «Преподавание и исследования иностранных языков» (КНР, Пекин) опубликовало «Лао-цзы» (на китайском и русском языках) в серии «Книгохранилище Китая». Данный опыт является единственным русским переводом трактата «Дао дэ цзин» как результат совместной переводческой деятельности китайского и русского ученых – В.В. Малявина и Ли Иннан. Преимущества данной версии заключаются в столкновении воззрений и переплетении лингвокультур двух стран, детальности восприятия и более точной передачи дискурсивного смысла оригинала.

С ростом количества переводов и усилением распространения «Дао дэ цзин» наблюдается позитивная тенденция увеличения числа научных исследований трактата в России. Можно выделить три направления исследований.

1. *Сведения о Лао-цзы и отличительные черты переводов*. Изучена научно-исследовательская деятельность и научное достижение архимандрита Д.П. Сивиллова, дан подробный анализ начала и завершения первого перевода «Дао дэ цзин» на русский язык, сделан обзор рассуждений переводчика о мыслях Лао-цзы (Хохлов, 2014). На основе перевода В.Ф. Перелешни-

на рассматривается внутрילитературный синтез трактата и его эстетическая красота, путем многомерного анализа раскрывается интерпретация переводчиком философского образа и философских идей (Цзя, 2017). Прослеживается динамическая эволюция и интерпретация толстовского понимания трактата «Дао дэ цзин» в четырех аспектах: знакомство с Дао, просветление Дао, следование Дао и продвижение Дао (Мышинский, 2015). В концепции Го Вэй рассказ «Запись о поиске ветра» В. Пелевина написан в духе восточных философских повествований: даосские принципы «меньше говорить», «деяние без борьбы» нашли отражение в создании образа героя, применение и интерпретация даосской философии приводят к удивительному столкновению китайской и русской культур (Го, 2019).

2. *Базовые концепты книги «Дао дэ цзин».* Мудрость и ценность даосских концептов «Слабость», «Уступчивость», «Мягкость» рассматриваются как средство достижения успеха в государственном управлении, а также в военном плане (Зиганьшин, 2015). Используется герменевтический подход при анализе одного из базовых концептов «Дао дэ цзин» – «Мудрец», очерчиваются и раскрываются идеи философа (Сорокопуд, 2014). Определяется «страдание» как естественная часть жизни в аспекте древнекитайской философии: «даосы видят в страданиях слабость человека, его зависимость от телесной сущности» (Токарев, 2020, с. 204).

3. *Философские идеи книги «Дао дэ цзин» и система ценностей китайской культуры.* Изучены философско-мировоззренческие установки даосизма как «всеобщность изменений и становлений: индивидуум и общество улучшатся при возвращении к первоизданности, овладение силами природы способствует совершенствованию человека» (Ван, 2012, с. 97). Исследование диалогичности «человек – дао» и диалогичности «человек – дэ» выявляет направленность диалога «человек – дао» на образование отношений в аспекте духовного мира, а диалога «человек – дэ» – на получение жизненного опыта (Корягина, 2018, с. 110).

По общему числу иностранных переводов «Дао дэ цзин» занимает второе место в мире, уступая только Библии, что служит убедительным примером того, что философия и мудрость Лао-цзы, оставленные в наследство человечеству, принадлежит не только китайской, но и мировой культуре.

Заключение

«Дао дэ цзин» как неотъемлемая часть традиционной китайской культуры воплощает в себе мировоззрение, взгляды на жизнь и ценности китайской нации. Книга «Дао дэ цзин» с полным основанием считается энергетическим источником культуры китайской нации. В «Дао дэ цзин» таится глубокий смысл китайской философии. Идеи доброжелательности, межличностной гармонии, гармонии человека и природы, развития диалектического мышления и умеренности в делах, интерпретирующие ключевые концепты «Дао»: «Дэ», «Естественность», «Недеяние» – и репрезентирующие их дискурсивные смыслы, отражают идеологию китайских культурных традиций, где ценится мораль, совершенствование личности и общества.

Энтузиазм русских синологов в их познании дискурсивных смыслов традиционной китайской культуры во всей полноте проявился в многочисленных исследованиях и переводах «Дао дэ цзин», в результате чего и был создан необыкновенный путь переводов на русский язык этого древнекитайского философского трактата. За два столетия истории перевода «Дао дэ цзин» русские синологи, сохраняя традиции уважительного отношения к китайской культуре, на основе взаимного понимания, взаимного обогащения в процессе межкультурного диалога вдохнули новую жизнь в перевод древнекитайского литературного памятника в гетерогенном культурном контексте. Поэтому «Дао дэ цзин» перестал быть недостижимым трактатом классической восточной философии, его мудрость и философские мысли постепенно воспринимаются русским народом.

Список литературы

- Ван Цзянь.* Философско-мировоззренческие установки даосизма в памятниках китайской культуры «Дао дэ цзин» и «Чжуан-цзы» // Вестник Забайкальского государственного университета. 2012. № 2. С. 95–100.
- Гао Вэньцян, Ван Цзехун, Ли Яньпин.* Исследование ключевых слов даосских канонов. Пекин: Жэньминь, 2021. 301 с. [高文强, 王杰泓, 李艳萍. 道家元典关键词研究. 北京: 人民出版社, 2021年. 321页.]
- Го Вэй.* Диалог с китайской философией: «Дао дэ цзин» в рассказе Виктора Пелевина «Запись о поиске ветра» // Мир русского языка. 2019. № 2. С. 76–80. <http://doi.org/10.24411/1811-1629-2019-12076>
- Дао дэ цзин / прозоритмический пер. с др.-кит. и исследование А.Е. Лукьянова; поэтический пер. В.П. Абраменко; Институт Дальнего Востока РАН; Исследовательское общество «Тайцзи». М.: Стилсервис, 2008. 449 с.
- Дао дэ цзин. Учение о Пути и Благой силе с параллелями из Библии и Бхагавад Гиты / сост., пер., поэтическое переложение и коммент. С.Н. Батонова. М.: Медков, 2017. 288 с.
- Зиганьшин Р.М.* Слабость, мягкость и уступчивость в трактате Дао дэ цзин // Общество и государство в Китае. 2015. Т. XLV.1. С. 644–655.
- Корягина Т.О.* Диалог как философская концепция в «Дао Дэ Цзин» // Гуманитарный вектор. 2018. № 2. С. 107–112.
- Лао Цзы.* Дао дэ цзин. Книга о естественных основах нравственности / пер. с др.-кит., исследование текста и пояснение А.П. Саврухина. М.: МГУЛ, 2005. 122 с.
- Лао Цзы.* Дао дэ цзин. Книга о Пути и Благодати / пер. с др.-кит. и коммент. А.В. Кувшинова. М.: Профит Стайл, 2015. 320 с.
- Лао-Цзы.* Книга о Пути жизни (Дао-Дэ цзин): с комментариями и объяснениями / пер. с кит., сост., предисл., коммент. В. Малявина. М.: АСТ, 2019. 256 с.
- Лесовская Л.В.* Философия как дискурс // Современные проблемы науки и образования. 2013. № 2. URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=8640> (дата обращения: 10.07.2022).
- Лю Ядин.* Эволюция образа Конфуция в русской культуре // Изучение иностранных языков в Северо-Восточной Азии. 2013. № 2. С. 2–9. [刘亚丁. 孔子形象在俄罗斯文化中的流变 // 东北亚外语研究, 2013年第2期, 第2–9页.]
- Маслов К.С.* Между востоком и западом: член Московского психологического общества Даниил Павлович Конисси (1862–1940) // Вестник Русской христианской гуманитарной академии. 2018. Т. 19. № 2. С. 251–260.

- Мышинский А.Л. Лев Толстой и Лао-цзы // Общество и государство в Китае. 2015. Т. XLV.1. С. 656–671.
- Пути обретения бессмертия: даосизм в исследованиях и переводах Е.А. Торчинова / под ред. И. Сологуб, Т. Бугаковой. СПб.: Азбука-классика, Петербургское востоковедение, 2007. 605 с.
- Сорокопуд С.Н. К проблеме исследования базовых концептов китайской культуры (на основе «Дао Дэ Цзин») // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 1. URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=11811> (дата обращения: 16.07.2022).
- Токарев Д.А. Понятие страдания в философии древних даосов в сравнении с конфуцианством // Международный научно-исследовательский журнал. 2020. № 5. С. 203–205. <https://doi.org/10.23670/IRJ.2020.95.5.0785>
- Хохлов А.Н. Китаист Д.П. Сивиллов и его русские переводы древнекитайской классики // Общество и государство в Китае. 2015. Т. XLV.1. С. 484–512.
- Цзя Юннин. Перевод китайской классики Валерием Перелешиним // Вестник Московского университета. Серия 22. Теория перевода. 2017. Т. 22. № 3. С. 108–119.
- Чжан Хунянь. Перевод «Мэн-цзы» в России // Русская литература и искусство. 2019. № 2. С. 109–116. [张鸿彦.《孟子》在俄罗斯的译介 // 俄罗斯文艺, 2019 年第 2 期, 第109–116页。]
- Юркевич А.Г. Раннедаосская концепция Дао-«Пути» и подходы российских синологов к интерпретации «Дао дэ цзина» // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Философия. 2012. № 4. С. 77–88.
- Янь Годун. Триста лет российского китаеведения. Пекин: Сюэюань, 2007. 220 с. [闫国栋. 俄罗斯汉学三百年, 北京: 学苑出版社, 2007年. 220页。]
- Công P.C. The Laozi code // Dao. 2007. Vol. 6. Pp. 239–262. <http://doi.org/10.1007/s11712-007-9015-z>
- De Angelis G.D., Frisina W.G., Kohn L. The reception of Laozi // Teaching the Daode Jing. New York: Oxford University Press, 2008. Pp. 131–144. <http://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195332704.003.0011>
- Murray J.B. Daoist mysticism // Oxford Research Encyclopedia of Religion. 2019. <http://doi.org/10.1093/acrefore/9780199340378.013.136>
- Yün-Hua J. Problems of Tao and “Tao Te Ching” // Numen. 1975. Vol. 22. No. 3. Pp. 208–234. <http://doi.org/10.2307/3269545>

References

- Công, P.C. (2007). The Laozi code. *Dao*, 6, 239–262. <http://doi.org/10.1007/s11712-007-9015-z>
- De Angelis, G.D., Frisina, W.G., & Kohn, L. (2008). The reception of Laozi. *Teaching the Daode Jing* (pp. 131–144). New York: Oxford University Press. <http://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195332704.003.0011>
- Gao, W., Wang, J., & Li, Y. (2021). *Keyword study of Taoist classics*. Beijing: Renmin Press. (In Chin.)
- Guo, W. (2019). Dialogue with Chinese philosophy: “Tao Te Ching” in the story “A record about chasing wind” by Victor Pelevin. *The World of Russian Word*, (2), 76–80. (In Russ.) <http://doi.org/10.24411/1811-1629-2019-12076>
- Jia, Y. (2017). Valery Pereleshin’s translations of Chinese literature. *Moscow University Translation Studies Bulletin*, 22(3), 108–119. (In Russ.)
- Khokhlov, A.N. (2015). Sinologue Sivillov D.P. and his Russian translations of ancient Chinese classics. *Society and State in China*, XLV.1, 484–512. (In Russ.)
- Koriagina, T.O. (2018). Dialogue as philosophy conception in “Tao Te Ching”. *Humanitarian Vector*, (2), 107–112. (In Russ.)

- Laozi. (2005). *Tao Te Ching. Book on the Natural Basis of Morality* (A.P. Savrukhnin, Trans., Research, Comments). Moscow: Bauman MSTU Publ. (In Russ.)
- Laozi. (2008). *Tao Te Ching* (A.E. Lukyanov, Rhyme-Prose Trans., Research; V.P. Abramenko, Poetic Trans.). Moscow: Stilservis Publ. (In Russ.)
- Laozi. (2015). *Tao Te Ching. Book of Way and Goodness* (A.V. Kuvshinova, Trans., Comments). Moscow: Profit Stajl Publ. (In Russ.)
- Laozi. (2017). *Tao Te Ching. Study ways good power parallels Bible Bhagavad Gita* (S.N. Batonov, Compil., Trans., Poetic Arrangement, Comments). Moscow: Medkov Publ. (In Russ.)
- Laozi. (2019). *Book of the Way (Tao Te Ching): With comments and explanations* (V.V. Ma-lyavin, Trans., Compil., Preface, Comments). Moscow: AST Publ. (In Russ.)
- Lesovskaya, L.V. (2013). The philosophy as a discourse. *Modern Problems of Science and Education*, (2). (In Russ.) Retrieved July 18, 2022, from <https://science-education.ru/ru/article/view?id=8640>
- Liu, Y. (2013). On the reflections of the image of Confucius in Russian culture. *Foreign Language Research in Northeast Asia*, (2), 2–9. (In Chin.)
- Maslov, K.S. (2018). Between the East and the West: A member of Moscow psychological society Daniil Konissi (1862–1940). *Russian Christian Humanitarian Academy Journal*, 19(2), 251–260. (In Russ.)
- Murray, J.B. (2019). Daoist mysticism. *Oxford Research Encyclopedia of Religion*. <http://doi.org/10.1093/acrefore/9780199340378.013.136>
- Myshinskiy, A.L. (2015). Leo Tolstoy and Laozi (Lao-Tzu). *Society and State in China*, XLV.1, 656–671. (In Russ.)
- Sologub, I., & Bugakova, T. (Eds.) (2007) *Ways of gaining immortality: Taoism in E.A. Torchinov research and translation*. St. Petersburg: Azbuka-Klassika Publ., Peterburgskoe Vostokovedenie Publ. (In Russ.)
- Sorokopud, S.N. (2014). The problem research basic concepts of Chinese culture (based on the “Tao Te Ching”). *Modern Problems of Science and Education*, (1). (In Russ.) Retrieved July 16, 2022, from <https://science-education.ru/ru/article/view?id=11811>
- Tokarev, D.A. (2020). The concept of suffering in the philosophy of the ancient Taoists in comparison with Confucianism. *International Research Journal*, (5), 203–205. (In Russ.) <http://doi.org/10.23670/IRJ.2020.95.5.0785>
- Wang, J. (2012). Taoism philosophical and ideological principles in the monuments of “Tao Te Ching” and “Zhuangzi” Chinese culture. *Transbaikal State University Journal*, (2), 95–100. (In Russ.)
- Yan, G. (2007). *Three hundred years of Russian Sinology*. Beijing: Xueyuan Press. (In Chin.)
- Yün-Hua, J. (1975). Problems of Tao and “Tao Te Ching”. *Numen*, 22(3), 208–234. <http://doi.org/10.2307/3269545>
- Yurkevich, A.G. (2012). Early Taoist concept of Dao (Way) and approaches of Russian sinologists to the interpretations of Dao De Jing. *RUDN Journal of Philosophy*, (4), 77–88. (In Russ.)
- Zhang, H. (2019). Translation of Mencius in Russia. *Russian Literature and Art*, (2), 109–116. (In Chin.)
- Ziganshin, R.M. (2015). Weakness, softness and pliability in treatise “Tao Te Ching”. *Society and State in China*, XLV.1, 644–655. (In Russ.)

Сведения об авторах:

Ван Шо, кандидат филологических наук, старший преподаватель факультета русского языка, Институт иностранных языков и культуры, Сычуаньский университет, Китайская Народная Республика, 610065, Чэнду, ул. Ванцзянлу, д. 29. ORCID: 0000-0003-0165-2126. E-mail: wangshuo_198805@163.com

Золотых Лидия Глебовна, доктор филологических наук, профессор, профессор факультета русского языка, Институт иностранных языков и культуры, Сычуаньский университет, Китайская Народная Республика, 610065, Чэнду, ул. Ванцзянлу, д. 29. ORCID: 0000-0002-1425-5405. E-mail: scu1959rus@mail.ru

Bio notes:

Shuo Wang, PhD in Philological Sciences, lecturer, Faculty of Russian Language, Institute of Foreign Languages and Cultures, Sichuan University, 29 Wangjianglu St, Chengdu, 610065, People's Republic of China. ORCID: 0000-0003-0165-2126. E-mail: wangshuo_198805@163.com

Lidiia G. Zolotykh, Dr of Sciences (Philology), Professor, Professor of Faculty of Russian Language, Institute of Foreign Languages and Cultures, Sichuan University, 29 Wangjianglu St, Chengdu, 610065, People's Republic of China. ORCID: 0000-0002-1425-5405. E-mail: scu1959rus@mail.ru

DOI 10.22363/2312-9220-2023-28-1-92-98

EDN: JLJSYZ

УДК 801.73

Научная статья / Research article

Общий сюжет в литературе и живописи: художественный мир стихотворения Бахыта Кенжеева «Охотники на снегу» и одноименной картины Питера Брейгеля Старшего

К.В. Синегубова , А.А. Аксенова  

*Кемеровский государственный университет,
Российская Федерация, 650000, Россия, Кемерово, ул. Красная, д. 6*

 AA9515890227@yandex.ru

Аннотация. Соотносится и истолковывается один и тот же сюжет в разных видах искусства – живописи и литературы. Такое сближение обосновано интермедийной отсылкой, которую задает стихотворение Бахыта Кенжеева «Охотники на снегу» к картине Питера Брейгеля Старшего. В этом случае язык живописи и поэзии организован по-разному: картина открывает сферу непосредственного созерцания, а мир стихотворения постепенно разворачивается в воображении читателя. Образы на картине статичны, а образы литературного произведения, как замечает Р. Ингарден, открываются в определенной последовательности. Авторы приходят к выводу, что образы дома и леса – ключевое отличие между образной системой картины и текста: на картине дом и лес показываются только снаружи, а в тексте даны изнутри. Зримые на картине Брейгеля и воображаемые при чтении текста Кенжеева образы не совпадают, поскольку лирический герой стихотворения то принадлежит картине (является одним из охотников), то занимает позицию наблюдателя, зрителя. Перевод одного и того же сюжета на язык живописи и на язык поэзии возможен, но смена формата зримости влечет за собой изменения смысловые.

Ключевые слова: дом, визуальное в литературе, живопись, язык искусства

Заявление о конфликте интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

История статьи: поступила в редакцию 11 ноября 2022 г.; отрецензирована 15 декабря 2022 г.; принята к публикации 30 декабря 2022 г.

Для цитирования: Синегубова К.В., Аксенова А.А. Общий сюжет в литературе и живописи: художественный мир стихотворения Бахыта Кенжеева «Охотники на снегу» и одноименной картины Питера Брейгеля Старшего // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2023. Т. 28. № 1. С. 92–98. <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2023-28-1-92-98>

When verbal and visual arts share the same plot: artistic worlds of Bakhyt Kenzheyev's poem *Hunters in the Snow* and the painting by Peter Brueghel the Elder

Kapitalina V. Sinigubova , Anastasia A. Aksionova  

*Kemerovo State University,
6 Krasnaya St, Kemerovo, 650000, Russian Federation*
 AA9515890227@yandex.ru

Abstract. The authors correlate and interpret the same plot in different types of art, i.e., painting and literature. Such a rapprochement is justified by the intertextual reference of Bakhyt Kenzheyev's poem *Hunters in the Snow* (1984) to the painting of the same name by Peter Brueghel the Elder (1665). The languages of the visual and the verbal are organized differently: the painting offers its viewer a direct contemplation, while the world of the poem gradually unfolds itself in the reader's imagination. The images in the painting are static, whereas textual images reveal themselves in a certain sequence, according to R. Ingarden. The authors believe that the images of the house and the forest are the key difference between the figurative system of the painting and the text. In the painting, the viewer sees the house and the forest from the outside only, while the text gives its reader an opportunity to see them from the inside. The images we see in Brueghel's painting differ from those we see in our mental eye when reading Kenzheyev's poem because the narrator shifts between the space of the painting, here he is one of the hunters, and the position of an outside observer. Therefore, one and the same plot can be translated from the language of painting into the language of poetry, but the change in the format of visibility is bound to cause various semantic changes.

Keywords: home, visual in literature, the language of art

Conflicts of interest. The authors declare that there is no conflict of interest.

Article history: submitted November 11, 2022; revised December 20, 2022; accepted December 30, 2022.

For citation: Sinigubova, K.V., & Aksionova, A.A. (2023). When verbal and visual arts share the same plot: Artistic worlds of Bakhyt Kenzheyev's poem *Hunters in the Snow* and the painting by Peter Brueghel the Elder. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 28(1), 92–98. <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2023-28-1-92-98>

Введение

Картина Питера Брейгеля Старшего «Охотники на снегу» находится в собрании Музея истории искусств в Вене. Она могла быть известна советскому поэту по репродукциям. В 1969 году произошло первое введение указанного живописного сюжета в литературу, когда Н. Матвеевой была написана поэма «Питер Брейгель Старший». В кинематограф данный сюжет проникает благодаря фильмам Андрея Тарковского «Солярис» (1972) и «Зеркало» (1974). По замечанию Г. Киршбаума, «именно Брейгель и его „Охотники на снегу“ становятся идентификационным образом целого поколения» (Киршбаум, 2012). Закономерно, что именно в 1970-е годы к этому произведению обратились поэты Бахыт Кенжеев («Охотники на снегу», 1975) и Сергей Гандлевский («Было так грустно, как если бы мы шаг за шагом», 1976), вхо-

дившие в группу поэтов, которые объединились вокруг самиздатовского альманаха «Московское время». Несмотря на отсутствие четкой программы объединения, постфактум были выявлены общие тенденции и ценности, в частности возврат к традиции (Айзенберг, 2005).

Охотники на снегу

Уладится, будем и мы перед счастьем в долгу.
Устроится, выкипит – видишь, нельзя по-другому.
Что толку стоять над теньями, стоять на снегу,
И медлить спускаться с пригорка к желанному дому.

Послушай, настала пора возвращаться домой,
К натопленной кухне, сухому вину и ночлегу.
Входи без оглядки, и дверь поплотнее прикрой –
Довольно бродить по бездомному белому снегу.

Уже не ослепнуть, и можно спокойно смотреть
На пламя в камине, следить, как последние угли
Мерцают, синеют, и силятся снова гореть,
И гаснут, как память – и вот почернели, потухли.

Темнеет фламандское небо. В ночной тишине
Скрипят половицы – опять ты проснулась и встала,
Подходишь наощупь – малыш разметался во сне
И надо нагнуться, поправить ему одеяло.

А там, за окошком, гуляет метельная тьма,
Немые созвездья под утро прощаются с нами,
Уходят охотники, длится большая зима,
И негде согреться – и только болотное пламя...
(Кенжеев, 1984, с. 25).

Объектом настоящего исследования становится именно стихотворение Б. Кенжеева, поскольку данный текст основывается на интермедиальности – взаимодействии живописного и словесного произведений. Стихотворение С. Гандлевского не представляет интереса в этом плане, поскольку лирический герой внеположен брейгелевскому сюжету, картина включена как кадр в воспоминание героя. Стихотворению С. Гандлевского посвящен очерк Г. Шульпякова «Сюжет Питера Брейгеля» (Шульпяков, 1997), в то время как текст Б. Кенжеева столь подробного рассмотрения не имеет. Существующие интерпретации «Охотников на снегу» нельзя признать исчерпывающими. Так, С.М. Шакиров указывает, что лирический текст Кенжеева «строится на „пересказе“ картины Брейгеля» (Шакиров, 2015, с. 185). Однако очевидно, что перед нами не только пересказ. Несмотря на то, что, действительно, «в каждой строфе присутствует фрагмент этой картины» (Шакиров, 2015, с. 185), в стихотворении есть *собственный визуальный план* помимо брейгелевского. Появление дополнительного визуального плана спровоцировано спецификой литературы, тем, что отличает ее от живописи: лирический герой – это носитель точки зрения, он может смотреть на картину и при этом быть *частью изображенного мира*. В живописи на картину смотрит зритель, который частью изображенного мира не является.

На специфику визуального плана в литературе указывают исследования многих литературоведов. В отечественной традиции отметим статью С.П. Лавлинского и Н.М. Гурович «Визуальное в литературе» (Лавлинский, Гурович, 2008, с. 37–39) в словаре 2008 года «Поэтика», и вслед за этим возникает ряд

публикаций, среди которых важный аспект проблемы освещается в статье О.В. Дрейфельд «Воображаемый мир героя в драме» (Дрейфельд, 2014) и в статье В.Я. Малкиной «Визуальная образность и лирический сюжет в стихотворении В.Я. Брюсова „Зодчество церковей старинных“» (Малкина, 2018). Роль самого реципиента и расположение визуального мира литературы не в текстовой (материальной) стороне произведения, а в самом мире (идеальной его стороне) отмечает А.А. Аксенова: «Отличительные черты визуального в литературе от этого феномена в прочих видах искусства заключаются в словесном обозначении визуального образа, который осуществляется в рецептивном акте читательского воображения» (Аксенова, 2020, с. 78). Рассмотрим сюжет, который открывает картина Брейгеля Старшего, и сюжет, который строится только в читательском воображении.

Обсуждение

Картина «Охотники на снегу» (1665) имеет еще одно название «Возвращение охотников». В первом случае смысл картины расширяется, обобщается, а во втором – уточняется и сужается: перед нами не любые охотники, а именно те, движение которых направлено в сторону дома. Смысловым центром в стихотворении становится этот процесс возвращения, что обнаруживается в изображении внутреннего пространства дома.

Брейгелевские охотники изображены вблизи жилых домов, за спиной у одного из них висит мертвая лисица, хотя охотничье снаряжение показывает, что планировалась охота на более крупную дичь. Таким образом, на картине Брейгеля герои возвращаются домой после неудачной охоты. Поэтому начало стихотворения имеет семантику утешения, что соотносится с ситуацией неудачи. Само выражение «быть перед счастьем в долгу» выражает надежду на то, что на следующей охоте героям повезет больше.

В качестве переднего плана картины – возвышенное пространство: охотники начинают спуск с возвышенности, и направление этого спуска поддерживается всей композицией картины. Первое четверостишие, а именно строки «Что толку стоять над теньями, стоять на снегу, / И медлить спускаться с пригорка к желанному дому» (Кенжеев, 1984, с. 25) заставляют предположить, что субъектом речи является один из охотников. Поскольку реплика выражает нетерпение и решительность, то она принадлежит тому, кто спускается первым. Расположение охотников на границе дома и леса открывает для зрителя картины и для читателя текста серьезность переживания героев. На горизонте виднеются острые заснеженные горы, а за спиной – зимний лес, таким образом, островок отвоеванной у природы территории (само поселение) выживает за счет охоты. Выбранный художником ракурс изображения ставит и самого зрителя рядом с охотниками, мы не видим их лица, вместе с ними смотрим на стоящие дома и детей на ледяном катке. Противопоставление беззаботных, играющих детей и усталых охотников позволяет выделить в художественном мире картины смысловые оппозиции взрослого и детского мира, труда и игры, цивилизации и природы.

Охотники изображаются в предвосхищении потенциального завершения пути («к натопленной кухне, сухому вину и ночлегу»). В третьем четвер-

ростишии открывается пространство дома, смысловым центром которого выступает очаг. Брейгель изображает ранний вечер, где небо только начинает темнеть. В стихотворении Кенжеева помимо того, что изображено на картине Брейгеля, возникает образ ночной тишины, обстановка дома и это уводит нас внутрь картины.

Дом – это своеобразное будущее по отношению к моменту, который мы видим на картине и который обнаруживается в заглавии. Таким образом, в литературном произведении появляется внутреннее пространство. Размышления героев – это тоже часть внутреннего мира, который соответствует установкам лирики, тогда как живопись открывает зрителю только внешнюю визуальность. Визуальный план в лирике открывает читателю героев со стороны, но кроме того, заставляет нас посмотреть вместе с героем произведения на пылающие угли в очаге, услышать скрип половицы. Герой, смотрящий на очаг, в домашней обстановке не является только охотником, но еще мужем и отцом. Спящий ребенок (которого нет на картине Брейгеля) – смысловой центр дома, знак спокойного и мирного состояния.

Слепящий снег снаружи и ночная темнота в доме переключаются отсутствием четкой зримости, но эти ситуации различаются в ценностно-смысловом плане. Разница заключается в том, что снаружи *неуютно* бродить и искать путь, а в доме передвижение наощупь происходит среди *знакомых* предметов. Плотная закрытая дверь в данном стихотворении означает не только практическую необходимость сберечь тепло натопленной кухни, но и необходимость переключиться из одного состояния в другое. Входить без оглядки означает оставить воспоминания о трудном и неудачном дне позади. Воспоминание – возвращение в прошлый день, мысленное повторение случившегося, подобно углям, что силятся снова гореть. Слово «бродить» подчеркивает состояние охотников: медленно ходить, не придерживаясь определенного направления (о движении, совершаемом неоднократно или не в определенном направлении).

Мы можем заметить, что в первой и последней строфе охотники находятся вне помещения: в первом случае их движение направлено в сторону дома («с пригорка к желанному дому»), а в последней строфе они движутся от дома в сторону леса («уходят охотники <...> и только болотное пламя»). Образ болотного пламени вводит в сюжет лирического произведения еще одно внешнеположное брейгелевскому сюжету пространство. *Болотные огоньки* переключаются с домашними тлеющими *углями в камине* по принципу контраста, противопоставления дома и леса. В доме тепло, а болотное пламя не греет. Мерцающие болотные огоньки зачастую сбивают с пути охотников своим обманчивым светом. Здесь они становятся причиной неудавшейся охоты на более крупного зверя, а значит – причиной, по которой охотники будут вынуждены вновь отправиться на следующий день в лес.

Такая семантика этих огней задана противопоставлением лесных огоньков и домашнего камина. Последняя строка стихотворения передает ощущения не находящегося в натопленной комнате семьянина, а охотников, которые продолжают брести по снегу. Охотники вновь оказываются на снегу, и им «негде согреться». Это и бездомное состояние путника, и состояние самого охотника в засаде во время охоты.

У Брейгеля фигуры изображены в один момент времени, а у Кенжеева мы наблюдаем движение времени (день, ночь, утро). В стихотворении создается впечатление, что прошли сутки: герой идет домой, ночует там, а утром снова выходит на охоту именно потому, что предшествующая охота оказалась неудачной. Читатель погружается в картину, где лирический герой возвращается в дом, вспоминает свой день.

Заключение

Стихотворение создает визуальные образы, отличные от тех, которые создает живопись. В мире стихотворения появляется дополнительное пространство, которого нет на картине – внутреннее пространство дома и леса. Однако благодаря устойчивой интермедиальной связи между текстом и изображением, а также перекликающимися мотивами (тлеющие угли – болотные огни, темнота дома – слепящий снег) два варианта визуальных образов существуют одновременно. Зримые на картине Брейгеля и воображаемые при чтении текста Кенжеева образы не совпадают, поскольку лирический герой стихотворения то принадлежит картине (является одним из охотников), то занимает позицию наблюдателя, зрителя. Картина не включает в себя образы внутреннего пространства дома или леса с его болотными огоньками. Герои картины – изображенные охотники и другие люди на дальнем плане – адресованы зрителю, но живопись не наделяет их точкой зрения, развернутой в слове, переживаниями, которые поддаются вербализации. Можно заключить, основные, общие для картины и текста образы, сохраняются, тогда как сам смысл меняется. Перевод одного и того же сюжета на язык живописи и на язык поэзии возможен, но смена формата зримости (прямая – в картине и умозрительная – в стихотворении) влечет за собой изменения смысловые.

Список литературы

- Айзенберг М.* Минус тридцать по московскому времени // Знамя. 2005. № 8. URL: <https://magazines.gorky.media/znania/2005/8/minus-tridczat-po-moskovskomu-vremeni.html> (дата обращения: 02.10.2022).
- Аксенова А.А.* Рецептивные аспекты визуального в литературе // Новый филологический вестник. 2020. № 3 (54). С. 76–86. <http://doi.org/10.24411/2072-9316-2020-00067>
- Дрейфельд О.В.* Воображаемый мир героя в драме // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 3. URL: <http://science-education.ru/ru/article/view?id=13224> (дата обращения: 27.07.2021).
- Кенжеев Б.* Избранная лирика 1970–1981. Ardis Publishers, 1984. 125 с.
- Кирибаум Г.* Охотники на снегу: элегическая поэтология Сергея Гандлевского // Новое литературное обозрение. 2012. № 6. URL: <https://magazines.gorky.media/nlo/2012/6/ohotniki-na-snegu-elegicheskaya-poetologiya-sergeya-gandlevskogo.html> (дата обращения: 11.10.2022).
- Лавлинский С.П., Гурович Н.М.* Визуальное в литературе // Поэтика: словарь актуальных терминов и понятий. М.: Изд-во Кулагиной, 2008. С. 37–39.
- Малкина В.Я.* Визуальная образность и лирический сюжет в стихотворении В.Я. Брюсова «Зодчество церковей старинных» // Вестник РГГУ. Серия: Литературоведение. Языкознание. Культурология. 2018. № 2–2 (35). С. 206–212. <http://doi.org/10.28995/2073-6355-2018-2-206-212>

- Шакиров С.М. Художественная онтология дома в лирике Бахыта Кенжеева // Горизонты цивилизации. 2015. № 6. С. 183–196.
- Шульпяков Г. Сюжет Питера Брейгеля // Арион. 1997. № 3. С. 37–43.

References

- Ajzenberg, M. (2005). Minus 30 degrees on Moscow time. *Znamja*, (8). (In Russ.) Retrieved October 2, 2022, from <https://magazines.gorky.media/znamia/2005/8/minus-tridczat-po-moskovskomu-vremeni.html>
- Aksenova, A.A. (2020). Receptive aspects of the visual in literature. *Novyj Filologicheskij Vestnik*, (3), 76–86. (In Russ.) <http://doi.org/10.24411/2072-9316-2020-00067>
- Drejfeld, O.V. (2014). The imaginary world of the hero in the drama. *Sovremennye Problemy Nauki i Obrazovaniya*, (3). (In Russ.) Retrieved July 27, 2021, from <http://science-education.ru/ru/article/view?id=13224>
- Kenzheev, B. (1984). *Selected lyrics 1970–1981*. Ardis Publishers. (In Russ.)
- Kirshbaum, G. (2012). Hunters in the snow: The elegiac poetology of Sergei Gandlevsky. *Novoe Literaturnoe Obozrenie*, (6). (In Russ.) Retrieved October 11, 2022, from <https://magazines.gorky.media/nlo/2012/6/ohotniki-na-snegu-elegicheskaya-poetologiya-sergeya-gandlevskogo.html>
- Lavlinskij, S.P., & Gurovich, N.M. (2008). Visual in literature. *Pojetika: Slovar' Aktual'nyh Terminov i Ponjatij* (pp. 37–39). Moscow. (In Russ.)
- Malkina, V.Ja. (2018). Visual imagery and lyrical plot in V.Ya. Bryusov's poem “Architecture of ancient churches”. *RSUH/RGGU Bulletin: Literary Theory. Linguistics. Cultural Studies*, (2–2), 206–212. (In Russ.) <http://doi.org/10.28995/2073-6355-2018-2-206-212>
- Shakirov, S.M. (2015). Artistic ontology of the house in the lyrics of Bakhyt Kenzheyev. *Gorizonty Civilizacii*, (6), 183–196. (In Russ.)
- Shulpyakov, G. (1997). The plot of Peter Bruegel. *Arion*, (3), 37–43. (In Russ.)

Сведения об авторах:

Синегубова Капиталина Валерьевна, кандидат филологических наук, преподаватель, кафедра журналистики, русской литературы и медиакоммуникаций, Кемеровский государственный университет, Российская Федерация, 650000, Кемерово, ул. Красная, д. 6. ORCID: 0000-0002-3917-1304. E-mail: sinegubova@nextmail.ru

Аксенова Анастасия Александровна, магистр философии, преподаватель, кафедра русского языка и литературы, Кемеровский государственный университет, Российская Федерация, 650000, Кемерово, ул. Красная, д. 6. ORCID: 0000-0001-5048-6019. E-mail: AA9515890227@yandex.ru

Bio notes:

Kapitalina V. Sinegubova, Candidate of Philology, Associate Professor at the Department of Journalism, Russian Literature and Media Communications, Kemerovo State University, 6 Krasnaya St, Kemerovo, 650000, Russian Federation. ORCID: 0000-0002-3917-1304. E-mail: sinegubova@nextmail.ru

Anastasia A. Aksenova, Master of Philosophy, lecturer, Department of Russian Language and Literature, Kemerovo State University, 6 Krasnaya St, Kemerovo, 650000, Russian Federation. ORCID: 0000-0001-5048-6019. E-mail: AA9515890227@yandex.ru



ЖУРНАЛИСТИКА
ИСТОРИЯ И ТЕОРИЯ СМИ
JOURNALISM
HISTORY AND THEORY OF MEDIA

DOI 10.22363/2312-9220-2023-28-1-99-107

EDN: KCAGRK

УДК 351.751

Научная статья / Research article

**Развитие журналистики в Республике Конго:
проблемы и перспективы**

В.В. Макашова , **Т.М. Нгакоосо** 

*Военный университет имени князя Александра Невского Министерства обороны РФ,
Российская Федерация, 123001, Москва, ул. Большая Садовая, д. 14*

 rusina6@yandex.ru

Аннотация. Современное состояние журналистики Республики Конго вызывает особый исследовательский интерес в связи со сложной международной военно-политической ситуацией в контексте гибридных угроз. Цель исследования – выявить актуальные проблемы и перспективы развития журналистики Республики Конго. Изучены предпосылки становления конголезской журналистики, дана характеристика медиасистемы Республики Конго, анализируется система военных источников информации, в том числе журналов Министерства обороны «Армия и нация» (Armée et nation) и «FAC инфо» (FAC infos). Выдвигается общий тезис о том, что для понимания особенностей журналистики указанного государства огромное значение имеют исторические предпосылки. Республика Конго пережила непростую историю, даже после обретения независимости ей пришлось столкнуться с суровыми испытаниями: политическими кризисами и гражданскими войнами. Таким образом, ее медиасистема складывалась в сложных экономических и политических условиях. Важную роль в судьбе страны играли Конголезские Вооруженные силы (КВС), являющиеся гарантом политической стабильности и национальной безопасности, что актуализирует информационную составляющую в работе армии Конго. Подчеркивается значение внутренних факторов, воздействующих на медиасистему: национальных, языковых, культурных. На развитие журналистики Конго влияют уровень жизни населения, привычки потребления информационного продукта, а также включенность медиасистемы Конго в медиaproстранство Африканского континента.

Ключевые слова: медиасистема, Африканский континент, новые медиа, военные источники информации, журналы, Министерство обороны Республики Конго

© Макашова В.В., Нгакоосо Т.М., 2023



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

Заявление о конфликте интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

История статьи: поступила в редакцию 30 сентября 2022 г.; отрецензирована 22 октября 2022 г.; принята к публикации 29 ноября 2022 г.

Для цитирования: Макашова В.В., Нгакоосо Т.М. Развитие журналистики в Республике Конго: проблемы и перспективы // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2023. Т. 28. № 1. С. 99–107. <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2023-28-1-99-107>

Development of journalism in the Republic of Congo: problems and prospects

Valeria V. Makashova , Tristan M. Ngakosso 

*Prince Alexander Nevsky Military University of the Defense Ministry of the Russian Federation,
14 Bolshaya Sadovaya St, Moscow, 123001, Russian Federation*

 rusina6@yandex.ru

Abstract. The current state of journalism in the Republic of Congo is of particular research interest due to the complex military and political situation in the world in the context of hybrid threats. The purpose of the study is to identify current problems and prospects for the development of journalism in the Republic of Congo. To this end, the background to the formation of journalism in Congo is examined, the media system of the Republic of Congo is characterized, and the system of military sources of information, including the Ministry of Defense magazines *Armée et Nation* and *FAC Infos*, is analyzed. A general thesis is put forward that historical background is of great importance for understanding the specifics of journalism: the Republic of Congo has experienced a difficult history, even after gaining independence it had to face severe trials – political crises and civil wars. Therefore, its media system was formed under difficult economic and political conditions. Importantly, the Congolese Armed Forces (FAC) played an important role in the country's destiny as a guarantor of political stability and national security, which actualizes the information component in the work of the Congolese army. The authors emphasize the importance of internal factors influencing the media system: national, linguistic, and cultural. The standard of living of the population, the habits of information product consumption, and the inclusion of the Congolese media system in the media field of the African continent also matter for the development of Congo's journalism.

Keywords: African continent, media system, new media, military sources of information, magazines, Ministry of Defense of the Republic of Congo

Conflicts of interest. The authors declare that there is no conflict of interest.

Article history: submitted September 30, 2022; revised October 22, 2022; accepted November 29, 2022.

For citation: Makashova, V.V., & Ngakosso, T.M. (2023). Development of journalism in the Republic of Congo: Problems and prospects. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 28(1), 99–107. (In Russ.) <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2023-28-1-99-107>

Введение

В июле 2022 года на пресс-конференции во время официального визита в Камерун президент Франции Эммануэль Макрон выразил обеспокоенность «гибридным присутствием России в Африке», имея в виду информа-

ционную, военную и дипломатическую активность Москвы на Африканском континенте. Он охарактеризовал действия России как «пособничество ослабленным политическим властям, или же абсолютно нелегитимным военным хунтам». Макрон упомянул открытие новых бюро российского информационного агентства «Спутник» и телеканала RT на континенте и выразил недовольство тем, что журналисты распространяют в Африке «нужные России нарративы». Выступление Макрона во многом является знаковым. Сегодня, с одной стороны, Африканский континент для западных и восточных партнеров – это свободная площадка для трансляции идей и ценностей. Нелучайно исследователи обращают внимание на опасность информационной экспансии в отношении Африканского континента и утрату африканскими государствами своей культурной идентичности (Панцеров, 2015, с. 95; Nhemachena, 2021, p. 864). Они отмечают, что за последнее десятилетие информационно-идеологическая экспансия Китая в Африку достигла беспрецедентных масштабов (Хижняк, 2018, с. 166; Umejei, 2018, p. 104). Представляется, что для журналистики Африканского континента первоочередной является проблема определения собственного пути развития с учетом национальных интересов и перспектив международного сотрудничества (Wasserman, 2019, p. 429). С другой стороны, медиапространство Африканского континента в силу неоднородности и национальных особенностей государств представляет сложный объект для изучения и реализации информационных стратегий. Например, Б. Беавоги исследовал современное состояние СМИ отдельных стран Африканского континента и отметил, что после крушения колониальной системы журналистика Нигерии, Мозамбика, Руанды, Уганды, Бенина и других стран оказалась в трудном положении «экономического выживания», политического и идеологического становления (Беавоги, 2012, с. 67). Есть сложности в распространении процессов информатизации, обеспечении доступа населения к СМИ и новым медиа. При этом не приходится говорить о единой медиасистеме Африки, ведь страны континента слишком отличаются по уровню экономики и качеству жизни (Ngwainmbi, 2000, p. 534).

Изучение журналистики Республики Конго актуально в контексте сложной военно-политической ситуации в мире; новизна связана с отсутствием системных исследований особенностей журналистики этой страны. Что касается военных источников информации в медиасистеме Конго, эта тема практически не разрабатывалась (Макашова, 2022, с. 27).

Обсуждение

Предпосылки становления журналистики в Конго

История журналистики Республики Конго чрезвычайно сложна в силу ряда причин. Во-первых, страна после обретения независимости столкнулась с политическими кризисами и гражданскими войнами, а значит, медиасистема Конго складывалась в сложных политико-экономических условиях. Во-вторых, в судьбе страны важную роль играли Конголезские Вооруженные силы (КВС) – гарант политической стабильности и национальной безопасности, что актуализирует информационную составляющую в работе ар-

мии. В-третьих, необходимо учитывать внутренние факторы, влияющие на медиасистему: национальные, языковые, культурные. Имеет значение и уровень жизни населения Конго, привычки потребления информационного продукта, включенность медиасистемы Конго в медиапространство Африканского континента.

Республика Конго как государство является продуктом колонизации. Среди бесчисленных изменений, которые в течение колониального периода повлияли как на статус Конго, так и на его географическое положение, решающими стали два события: в 1910 году была создана Французская Экваториальная Африка, а в 1960 году – торжественно провозглашена независимость Республики Конго, президентом которой стал Фюльбер Юлу. На момент обретения независимости Конго была малонаселенной страной с ограниченными ресурсами. С этого периода она пережила ряд кризисов, в частности гражданские войны 1994 и 1997 годов. Журналистика Конго развивалась в сложнейших социальных, экономических и военно-политических условиях. Эти факторы необходимо учитывать при анализе сложившейся медиасистемы.

Характеристика медиасистемы

Система телекоммуникаций в Республике Конго – это радио- и телевидение, фиксированная и мобильная телефония, а также сеть Интернет.

Радиовещание в Конго осуществляется с 1935 года на французском и местных языках, телевидение – с 1962 года на французском и языках китуба и лингала. На рынке телерадиовещателей важную роль играет государственная корпорация Radiodiffusion-télévision congolaise (основана в 1962 году). В стране работают три государственные и несколько частных радиостанций, доступны ретрансляции нескольких международных вещателей. Большинство конголезцев полагаются на радио для получения информации, что связано с высоким уровнем неграмотности. «Радио-Конго» и «Радио-Браззавиль» – национальные радиостанции, вещающие на французском, китубском и лингале. Помимо «Радио Свобода» и «Кана FM», конголезцы могут прослушивать эфир Киншасы и радиостанций Демократической Республики Конго¹, а также международное «Радио Франс» (Radio France Internationale) и «Голос Америки» (на английском языке), ретрансляции BBC (103,8 FM).

Деятельность в области телерадиовещания в Конго полностью находится под контролем государственной Конголезской телерадиовещательной компании. Работает один государственный и несколько частных телеканалов, есть спутниковое телевидение, доступны ретрансляции нескольких международных вещателей. «Телевидение Конго» – общенациональный государственный телеканал общего пользования. Он принадлежит Национальному конголезскому радиотелевизионному центру (CNRTV). Телевидение Конго доступно в Пуэнт-Нуар, втором по величине городе страны, но там нет материально-технического обеспечения. Большинство граждан получают новости по местным радио- или телевизионным станциям.

¹ Демократическая Республика Конго, ДРК (бывший Заир) со столицей Киншаса, в прошлом колония Бельгии. Следует отличать ДРК от Республики Конго.

Все больше людей, особенно молодежи, выходят в интернет и используют социальные сети. Однако только обеспеченные граждане имеют доступ в интернет дома, остальные используют киберкафе. Уровень проникновения мобильной связи составляет менее 50 % на большей части Центральной Африки. Интернет-провайдеры: Africa Telecom, Airtel Congo. Очевидно влияние цифровых медиа на традиционные СМИ по всему Африканскому континенту (Okon, 2022, p. 45).

Печатные СМИ издаются только в Браззавиле и не распространяются в регионах, где информация предоставляется только правительственными радио- и телекомпаниями. Большинство периодических изданий выходит на французском языке: газеты «Шок» (Choc), «Наблюдатель» (Observateur), «Гуманитарный журнал» (Magazine Humanitaire), «Там Там» (Tam Tam), «Эхо Конго» (Echo du Congo), еженедельник католической церкви «Африканская неделя» (Semaine Africaine) и т. д.

Ежедневные газеты: «Мвети» (Mweti), «Пробуждение черной точки» (Aujourd'hui, VEveil de Pointe Noire), «Газета Браззавиля» (Journal de Brazzaville), «Почта Африки» (Courrier d'Afrique), «Официальный вестник Республики Конго» (Journal officiel de la Republique du Congo). Газеты являются наиболее активным и оперативным медиа в Конго, но лишь для жителей городов. Наиболее известные журналы: «Депеши из Браззавиля» (Les Dépêches de Brazzaville), «Мвинда Пресс» (Mwindi Press), «Рельефная Сеть Конго» (Relief Web Congo) и др. Их основная задача – давать аналитическую информацию о событиях в стране. Большинство газет и журналов имеют сетевые версии.

Функции поставщика новостей в Конго осуществляет Национальное информационное агентство (Agence Congolaise d'Information, ACI), оно работает с 1962 года.

Свобода слова и СМИ гарантированы ст. 27 Конституции Республики Конго. В стране запрещена цензура. Тем не менее в Конго активно проводится политика контроля над СМИ, что обусловлено сложной политической ситуацией в стране в последние десятилетия.

Система военных источников информации

Военные источники информации – это СМИ и медиаплощадки Министерства обороны Республики Конго, которые являются важным средством проведения государственной информационной политики.

В первую очередь необходимо сказать о журналах Министерства обороны «Армия и нация» (Armée et nation) и «FAC инфо» (FAC infos; FAC – Force Armee Congolaise). Их основная задача – всестороннее, достоверное и своевременное информирование конголезской аудитории о мероприятиях, проводимых в КВС. Следует подчеркнуть, что информация, размещаемая в официальных изданиях Министерства обороны Республики Конго, предназначена для широкой аудитории. Целевая аудитория журналов – молодежь призывного возраста, члены семей военнослужащих, представители профессиональных сообществ, прежде всего, журналисты и военные эксперты.

Редакционная политика изданий предусматривает возможность для читателей задать вопрос, для этого достаточно просто позвонить в редакцию.

Это обеспечивает мобильную связь с военнослужащими и гражданским населением, способствует быстрому получению необходимой информации. Важной составляющей информационного наполнения журналов является новостной контент. Здесь представлена актуальная информация о последних событиях как внешней, так и внутренней политики, действиях КВС, проектах Министерства обороны. В журналах размещается и постоянно обновляется массив справочной информации: сведения о военно-территориальном делении, составе и предназначении видов и родов КВС, военных округов и флотов, задачах органов военного управления, правовые акты и отчеты.

«FAC инфо» – это ежеквартальный журнал о КВС, выходящий тиражом более 4000 экз. Интерес представляют рубрики «История Вооруженных сил Конго», «Военная церемония», «Советник по безопасности», «Принимая командование», «Подражание и ношение знаков различия», «Взгляд на терроризм», «Новая военная униформа» и др. В журнале представлена подробная информация о порядке и особенностях прохождения воинской службы по призыву, контракту и альтернативной воинской службе, а также другие сведения, связанные с гражданским персоналом, военкоматами и т. д.

Журнал «Армия и нация» выходит раз в два месяца. Это успешный проект: в 2008 году его тираж составлял всего 500 экз., сегодня – 5000. Примерно на 95 % журнал состоит из военных тем, лишь на двух полосах можно найти информацию для гражданских.

Сравнительный анализ двух журналов показал, что «FAC инфо» предлагает больше информации о военной деятельности и службах, содержит много подробностей. В нем можно найти информацию о любой военной сфере, он содержит сведения об истории и составе армии. Кроме того, журнал рассказывает о гражданской деятельности в армии, о различных учебных центрах для новобранцев. Очевидно, что редакции располагают возможностями для систематической работы с читательскими предпочтениями.

В условиях политической нестабильности и гибридных угроз журналы Министерства обороны Республики Конго являются важным инструментом формирования имиджа КВС среди различных социальных групп населения. Граждане хотят иметь полноценное представление об армии, так как это один из важнейших институтов государства и от него напрямую зависит безопасность страны. Важен образ Вооруженных сил в молодежной среде, так как в Конго идет смешанное комплектование войск, и многие военнослужащие осуществляют свою службу по призыву. Целостный образ конголезской армии на международной арене повышает ее силу в глазах мирового сообщества, ведь Республика Конго активно сотрудничает с такими крупными державами, как Россия, Китай и США, в частности в закупках оружия и танков.

Журналы «Армия и нация» и «FAC инфо» – это основной информационный ресурс и главный инструмент Министерства обороны Конго. Однако для реализации информационной политики используются многочисленные гражданские СМИ, а также «новые медиа» и мультимедийные технологии создания и распространения контента. Так, в разработке находится официальный сайт министерства. Также Минобороны имеет официальные страницы в социальных сетях и канал на YouTube, однако данное направление ин-

формационного обеспечения нуждается в оптимизации с учетом актуальных методик медийной работы (Blanchett, 2021, p. 5).

С 2001 года при Министерстве работает Управление информации и связи армии (Direction de l'information et de la communication des armées, DICOMAR), это основное средство коммуникации для командования, связующее звено между КВС и населением. Департамент обладает исключительным правом на распространение официальных заявлений и сообщений министерства, а также на осуществление взаимодействия с журналистами. Его основными задачами являются: обеспечение деятельности министра обороны по проведению им государственной информационной политики в области обороны; организация информационного обеспечения КВС; управление информацией в структуре КВС.

Заключение

Республика Конго – небольшая страна с непростой историей, журналистика здесь проходила процесс становления в сложных экономических и политических условиях, связанных с историческими предпосылками. С момента обретения независимости в 1960 году и до 1990-х годов журналистика Конго развивалась по советскому образцу, но затем ситуация кардинально изменилась: появился сегмент коммерческих СМИ, сформировалось нормативно-правовое регулирование медиа, возникли организации для защиты свободы информации. Сегодня журналистика Конго во многом похожа на российскую, прослеживаются схожие тенденции. Например, государственное присутствие в медиапространстве, система контроля над СМИ.

Однако на различных этапах развития страны, а также в ситуациях политических кризисов и гражданских войн важную роль играла армия. В условиях общей нестабильной политической ситуации, появления новых форм «ментальной войны» важное значение в медийном ландшафте Конго имеют военные источники информации и органы информационного обеспечения КВС. Это одна из отличительных черт медиапространства Конго.

Министерство обороны Республики Конго системно и целенаправленно проводит информационную политику, используя как многочисленные гражданские СМИ, так и специальные ресурсы. Основным информационным ресурсом министерства являются журналы «Армия и нация» и «FAC инфо». Будучи источником официальной информации о деятельности КВС, они способствуют проведению государственной информационной политики в сфере национальной обороны и безопасности. Журналы Министерства обороны предназначены для широкой аудитории, реализуют задачу всестороннего информирования и формирования положительного имиджа конголезской армии. Очевидно, что при такой стратегии необходимо активнее встраивать эти журналы в медиасистему Конго, с учетом стремительно развивающегося интернет-пространства внедрять их в сегмент новых медиа.

Список литературы

Беавоги Б. Средства массовой информации африканских стран: от несвободы к свободе и обратно («закон маятника») // Проблемы современной науки и образования. 2012. № 14. С. 67–73.

- Макашова В.В., Ибембе Ококо К. Военные источники информации в медиасистеме Республики Конго // Медиасреда. 2022. № 1. С. 27–32.
- Панцеров К.А. Страны Африки в современном взаимозависимом мире: диалог культур или столкновение цивилизаций? // Вестник Санкт-Петербургского университета. Политология. Международные отношения. 2015. Вып. 4. С. 95–105.
- Хижняк М.В. Информационное наступление Китая в Африке // Управленческое консультирование. 2018. № 3. С. 166–171. <https://doi.org/10.22394/1726-1139-2018-3-166-171>
- Blanchett N. Participative gatekeeping: The intersection of news, audience data, newswriters, and economics // *Digital Journalism*. 2021. № 9. Pp. 1–19. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1869053>
- Melnyk I. The image of China and the United States of America in selected African media // *African Journalism Studies*. 2021. Vol. 42. № 1. Pp. 75–90. <https://doi.org/10.1080/23743670.2021.1887908>
- Ngwainmbi E. Africa in the Global Infosupermarket: perspectives and prospects // *Journal of Black Studies*. 2020. Vol. 30. No. 4. Pp. 534–552. <https://doi.org/10.1177/002193470003000404>
- Nhemachena A. *Hakuna Mhou Inokumira Mhuru Isiri Yayo*: examining the interface between the African body and 21st century emergent disruptive technologies // *Journal of Black Studies*. 2021. Vol. 52. No. 8. Pp. 864–883. <https://doi.org/10.1177/00219347211026012>
- Okon P.E., Obukoadata P.R., Ekwok L. Mediamorphosis: assessing the influence of digital media on traditional newspapers in Nigeria from the audience and media managers' perspectives // *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies*. 2022. No 1. Pp. 45–64. <https://doi.org/10.30547/worldofmedia.1.2022.3>
- Umejei E. Chinese media in Africa: between promise and reality // *African Journalism Studies*. 2018. Vol. 39. No 2. Pp. 104–120. <https://doi.org/10.1080/23743670.2018.1473275>
- Wasserman H. Media, conflict and democratisation in Africa: political communication by other means // *Медиалингвистика*. 2019. Вып. 6. № 4. С. 429–440. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2019.401>

References

- Beavogi, B. (2012). Mass media of African countries: From unfreedom to freedom and back (“the law of the pendulum”). *Problems of Modern Science and Education*, 14, 67–73. (In Russ.)
- Blanchett, N. (2021). Participative gatekeeping: The intersection of news, audience data, newswriters, and economics. *Digital Journalism*, 9, 1–19. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1869053>
- Khizhnyak, M.V. (2018). Information invasion of China in Africa. *Administrative Consulting*, (3), 166–171. (In Russ.) <https://doi.org/10.22394/1726-1139-2018-3-166-171>
- Makashova, V.V., & Ibembe Okoko K. (2022). Military sources of information in the media system of the Republic of the Congo. *Mediasreda*, (1), 27–32. (In Russ.)
- Melnyk, I. (2021). The image of China and the United States of America in selected African Media. *African Journalism Studies*, 42(1), 75–90. <https://doi.org/10.1080/23743670.2021.1887908>
- Ngwainmbi, E. (2000). Africa in the Global Infosupermarket: Perspectives and prospects. *Journal of Black Studies*, 30(4), 534–552. <https://doi.org/10.1177/002193470003000404>
- Nhemachena, A. (2021). *Hakuna Mhou Inokumira Mhuru Isiri Yayo*: Examining the interface between the African body and 21st century emergent disruptive technologies. *Journal of Black Studies*, 52(8), 864–883. <https://doi.org/10.1177/00219347211026012>
- Okon, P.E., Obukoadata, P.R., & Ekwok, L. (2022). Mediamorphosis: Assessing the influence of digital media on traditional newspapers in Nigeria from the audience and media managers' perspectives. *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies*, (1), 45–64. <https://doi.org/10.30547/worldofmedia.1.2022.3>
- Pantserov, K.A. (2015). African countries in the contemporary interdependent world: Dialog of cultures or clash of civilizations? *Vestnik of Saint Petersburg University. Political Science. International Relations*, (4), 95–105. (In Russ.)

- Umejei, E. (2018). Chinese media in Africa: Between promise and reality. *African Journalism Studies*, 39(2), 104–120. <https://doi.org/10.1080/23743670.2018.1473275>
- Wasserman, H. (2019). Media, conflict and democratisation in Africa: Political communication by other means. *Media Linguistics*, 6(4), 429–440. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2019.401>

Сведения об авторах:

Макашова Валерия Валерьевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры информационного обеспечения, Военный университет имени князя Александра Невского Министерства обороны РФ, Российская Федерация, 123001, Москва, ул. Большая Садовая, д. 14. ORCID: 0000-0002-0089-699X. E-mail: rusina6@yandex.ru

Нгакоосо Тристан Мешлер, младший лейтенант, курсант 4-го курса специального факультета, Военный университет имени князя Александра Невского Министерства обороны РФ, Российская Федерация, 123001, Москва, ул. Большая Садовая, д. 14. ORCID: 0000-0001-9233-9084.

Bio notes:

Valeria V. Makashova, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Information Support, Prince Alexander Nevsky Military University of the Defense Ministry of the Russian Federation, 14 Bolshaya Sadovaya St, Moscow, 123001, Russian Federation. ORCID: 0000-0002-0089-699X. E-mail: rusina6@yandex.ru

Tristan M. Ngakosso, Junior Lieutenant, 4th year cadet of the Special Faculty, Prince Alexander Nevsky Military University of the Defense Ministry of the Russian Federation, 14 Bolshaya Sadovaya St, Moscow, 123001, Russian Federation. ORCID: 0000-0001-9233-9084.



DOI 10.22363/2312-9220-2023-28-1-108-121

EDN: KEALPU

УДК 16.77:001.8:070:001.8

Научная статья / Research article

Репрезентация России и США в глобальном информационном онлайн-пространстве и на российских и американских ресурсах

А.В. Шариков 

*Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,
Российская Федерация, 101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20*

 asharikov@hse.ru

Аннотация. Впервые рассматривается количественная репрезентация России и США в 2021 г.: на корпусе текстов мониторинговой системы Factiva, насчитывающем свыше 106 миллионов публикаций, размещенных на более чем 23 тысячах онлайн-ресурсов на 26 языках; на подкорпусе российских СМИ на русском языке (свыше 1000 онлайн-ресурсов); на подкорпусе американских СМИ на английском языке (свыше 5000 онлайн-ресурсов). Обнаружено, что в текстах на 26 языках чаще всего встречались публикации с упоминанием России, публикации с упоминанием США на втором месте. С точки зрения теории повестки дня (М. Маккомбс, Д. Шоу) данный факт трактуется как проявление более высокой значимости России для мировой прессы, чем США. В подкорпусе российских русскоязычных текстов данная тенденция сохранилась. В подкорпусе американских англоязычных текстов на первом месте оказались США, Россия заняла 13 место, что указывает на ее сравнительно невысокую значимость для американской прессы. Установлены тематические направления, которые чаще всего связывались с Россией и США. Factiva в значительной степени ориентирована на экономическую информацию, и потому совокупно на 26 языках чаще всего в ней встречались такие темы, как профили компаний, корпоративные и отраслевые новости. Далее следуют материалы о внутренней политике стран. Аналогичные тенденции наблюдаются и в анализируемых подкорпусах текстов из российских и американских ресурсов. Есть асимметричность в тематике материалов с упоминанием России и США. В российских источниках на русском языке Россия чаще упоминается в контексте материалов экономического содержания, а США чаще связываются с международной политикой. В американских источниках на английском языке упоминание США чаще встречается в экономическом контексте, Россия же фигурирует в материалах, связанных с научно-техническими разработками, а также с внутренней и внешней политикой.

Ключевые слова: Россия, США, репрезентация России, репрезентация США, онлайн-пространство, глобальное информационное онлайн-пространство, теория повестки дня

Благодарности и финансирование. Работа выполнена в рамках научно-исследовательского проекта «Трансформация картины мира в глобальном информационном онлайн-пространстве под влиянием эпидемии COVID-19» на факультете коммуникаций, медиа и дизайна НИУ ВШЭ. Автор выражает глубокую признательность Андрею Сенуку, официальному представителю компании Dow Jones в России, за консультации в процессе подготовки статьи.

© Шариков А.В., 2023



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

Заявление о конфликте интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

История статьи: поступила в редакцию 18 сентября 2022 г.; отрецензирована 20 октября 2022 г.; принята к публикации 3 ноября 2022 г.

Для цитирования: Шариков А.В. Репрезентация России и США в глобальном информационном онлайн-пространстве и на российских и американских ресурсах // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2023. Т. 28. № 1. С. 108–121. <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2023-28-1-108-121>

Representation of Russia and the USA in the global online information space and on Russian and American resources

Alexander V. Sharikov 

*National Research University Higher School of Economics,
20 Myasnitskaya St, Moscow, 101000, Russian Federation*

✉ asharikov@hse.ru

Abstract. For the first time the quantitative representation of Russia and the USA in 2021 is considered: in the global online information space on the corpus of texts of the monitoring system Factiva, numbering over 106 million publications, posted on more than 23 thousand online resources in 26 languages; on the sub-corpus of Russian media in Russian (over 1,000 online resources); on the sub-corpus of American media in English (over 5,000 online resources). It was found that in the texts in 26 languages publications mentioning Russia were the most frequent, publications mentioning the USA came second. In terms of agenda theory (M. McCombs, D. Shaw), this fact is interpreted as a manifestation of a higher importance of Russia for the world press than the USA. In the sub-corpus of Russian Russian-language texts, this trend has been maintained. In a sub-corpus of US English-language texts, the US was on the first place, while Russia was ranked only 13th, which indicates a relatively low importance of Russia for the US press. The thematic areas that were most frequently associated with Russia and the US in 2021 were established. Factiva is strongly oriented towards economic information, and therefore topics such as company profiles, corporate and industry news were the most frequently encountered in a total of 26 languages. Next in line are stories about the domestic politics of countries. Similar trends can be observed in the analysed sub-corpus of texts from Russian and US resources. At the same time, there is an asymmetry in the topics of materials mentioning Russia and the United States. Thus, in Russian sources in Russian language Russia is more frequently mentioned in the context of economic content, while the US is more frequently linked to international politics. In the US sources in English the US is more frequently mentioned in the economic context, while Russia is more frequently mentioned in the materials related to scientific and technical developments, as well as domestic and foreign policy.

Keywords: Russia, USA, representation of Russia, representation of the USA, online space, global online information space, agenda-setting theory

Acknowledgements and Funding. The work was carried out as part of the research project “Transformation of the worldview in the global online information space under the influence of the COVID-19 epidemic” at the Faculty of Communications, Media and Design, National Research University Higher School of Economics. The author expresses his deep gratitude to Andrey Senuk, the official representative of Dow Jones in Russia, for consultations provided during the writing.

Conflicts of interest. The authors declare that there is no conflict of interest.

Article history: submitted September 18, 2022; revised October 20, 2022; accepted November 3, 2022.

For citation: Sharikov, A.V. (2023). Representation of Russia and the USA in the global online information space and on Russian and American resources. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 28(1), 108–121. (In Russ.) <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2023-28-1-108-121>

Введение

Проблеме репрезентации России и США в средствах массовой информации посвящено немало научных работ. Так, запрос «репрезентация России, репрезентация США» в системе РИНЦ (Российский индекс научного цитирования) в начале сентября 2022 года выявил 10 162 публикации за период с 1967 по 2022 год. С 2020 года – 2213 публикаций.

В этом обширном поле текстов можно выделить три группы. В первую поместим публикации, касающиеся особенностей освещения СССР/России в СМИ США, как правило, в крупнейших газетах и/или на ведущих телеканалах (Виноградова, 2010; Дубровская и др., 2017; Журавлева, 2012; Корнюкова, 1991; Марущак, 2012; Панова, 2020; Пензина, 2017; Пойгина, 1990; Шампарова, 2020 и др.). Вторая группа, менее многочисленная в российской академической литературе, содержит публикации, посвященные репрезентации США в средствах массовой информации (Конев, Федосов, 2022; Титова, 2003; Турусова, 2020 и др.). Третья группа включает в себя работы компаративного характера, в которых сравниваются репрезентации (образа, имиджа и т. п.) СССР/России и США в СМИ (Арфикян и др., 2021; Бородавкина, Пчегатлук, 2014; Клещина, 2017; Колесниченко, 2020; Моисеева, 2007; Панов, 2020; Пшенкин, 2006 и др.). Особенность всех трех групп публикаций состоит в том, что изучение представленности СССР/России и США велось на совокупности материалов сравнительно небольшого количества СМИ, измеряемого единицами. Эти исследования, как правило, носили качественный характер.

Начиная с 2000-х годов в распоряжении исследователей появились аналитические инструменты с мощными программными средствами, дающие возможность обрабатывать тексты, размещенные в интернете. Возникли мониторинговые системы, оперирующие миллионами текстов на десятках тысяч онлайн-ресурсов на многих языках. Открылись перспективы рассмотрения проблемы в глобальном измерении с помощью методов компьютерного анализа и выхода на количественные результаты (Быстрицкий, Шариков, 2021; Казун, 2018; Казун, Казун, 2019; Шариков, 2021, 2022 и др.). В такой логике проводилось описываемое далее исследование. Его цель – сравнить представленность России и США в публикациях онлайн-СМИ. Данная цель объективируется в трех задачах, трех аспектах рассмотрения: во-первых, в глобальном интернете; во-вторых, на российских онлайн-ресурсах на русском языке; в-третьих, в американских онлайн-медиа на английском языке. Для реализации задач выбран статистический подход: проведен частотный анализ на большом корпусе текстовых материалов, опубликованных в течение 2021 года.

Частотный анализ выполнялся с помощью мониторинговой системы Factiva (проект американской компании Dow Jones). В 2021 году общее количество материалов, доступных автору с ее помощью, составило более 106 миллио-

нов на 26 языках, которые были размещены на более чем 23 тысячах онлайн-ресурсов из многих десятков стран. Данная выборка хорошо репрезентирует глобальное информационное онлайн-пространство материалов по вопросам политики, экономики и социальной сферы, что позволяет вести обоснованный статистический анализ.

Обсуждение

Место России и США в глобальном информационном онлайн-пространстве

Масштабы оперируемой информации позволяют определить на глобальном уровне, как часто упоминались те или иные страны в 2021 году. На полном корпусе публикаций ресурсной базы системы Factiva лидировала Россия – количество материалов с ее упоминанием совокупно на 26 языках составило 14,64 % от общего числа обрабатываемых текстов. Материалов с упоминанием США примерно в полтора раза меньше – 8,79 %. Лидерство России проявлялось не только в публикациях на русском языке, где процент материалов с ее упоминанием составил 76,39 % среди всех русскоязычных текстов, но и в англоязычной зоне. Там количество материалов с упоминанием России 16,71 %, тогда как для США эта величина равнялась 16,22 %. Этот факт заслуживает особого внимания, поскольку принято считать, что о США на английском языке пишут больше, чем о какой-либо другой стране. При этом следует учесть, что почти две трети контента в интернете представлено именно на английском языке на ресурсах более 100 стран. Так, по данным портала W³Techs, по состоянию на 1 января 2021 года 60,4 % ресурсов Сети были представлены на английском языке, в то время как на русском языке, занимающем в интернете второе место, – 8,6 %¹. Следовательно, материалы с упоминанием России доминируют в глобальном виртуальном пространстве за счет нескольких языковых зон.

В теории медиа принято интерпретировать частоту упоминания некоторого объекта в прессе как индикатор его значимости для общества (McCombs, Show, 1972; Kosicki, 1993; Show, McCombs, 2008; Guo, Hong Tien Vu, McCombs, 2012 и др.). Следовательно, для глобального сообщества в 2021 году значимость России была выше значимости США.

С какой тематикой были связаны материалы с упоминанием России и США в 2021 году? Следует принять во внимание, что мониторинговая система Factiva в значительной степени ориентирована на экономическую информацию, важную для бизнеса. По всей рассматриваемой информационной базе на 26 языках чаще всего были представлены такие темы, как профили компаний (8,42 %), корпоративные и отраслевые новости (8,22 %) и внутренняя политика стран (8,14 %)².

¹ Historical yearly trends in the usage statistics of content languages for websites // W³Techs. 2021, January 1. URL: https://w3techs.com/technologies/history_overview/content_language/ms/y (дата обращения: 09.09.2022).

² Здесь и далее используется тематическая классификация мониторинговой системы Factiva.

В материалах, где упоминается Россия, наблюдался схожий набор приоритетной тематики, но с гораздо большей степенью количественной выраженности: профили компаний – 44,64 %, прибыль – 20,53 %, корпоративные и отраслевые новости – 3,69 %, политические и общие новости – 3,63 %. В материалах, в которых упоминаются Соединенные Штаты Америки, пропорции и приоритеты были несколько иными: корпоративные и отраслевые новости – 11,35 %, внутренняя политика стран – 9,92 %, новости рынков акций – 8,33 %, вспышки заболеваний/эпидемии – 8,26 %. Интересно также отметить, по каким экономическим направлениям различались публикации. В материалах с упоминанием России чаще всего речь шла о взаимных фондах, инвестиционных трастах, банковском деле, ценных бумагах. В материалах же с упоминанием США в фокусе внимания чаще находились фармацевтические препараты, вакцины, биотехнологии, энергетика. Таким образом, в глобальном измерении большое количество публикаций о России в 2021 году было связано преимущественно с экономическими вопросами и в гораздо меньшей степени с политикой и даже коронавирусной пандемией, хотя эпидемия COVID-19 еще не закончилась.

Представленность России и США в публикациях русскоязычных российских онлайн-ресурсов

В период проведения исследования (первое полугодие 2022 года) российский сегмент ресурсной базы насчитывал 1052 онлайн-источника. В него вошли сайты всех крупнейших газет федерального уровня, ведущих информационных агентств, крупнейших федеральных телеканалов, большое количество сайтов региональных изданий, а также сетевые издания, специализирующиеся на экономической, политической и юридической тематике. В целом в 2021 году в российских русскоязычных источниках 88,89 % материалов были с упоминанием России – она лидировала среди различных стран мира. На втором месте оказались США (0,93 %). Далее Украина (0,66 %), Белоруссия (0,31 %), Китай (0,28 %) и Германия (0,27 %).

В табл. 1 представлены десять наиболее часто освещаемых тем, связанных с Россией, и столько же связанных с США в материалах российских онлайн-ресурсов на русском языке.

Первое, на что следует обратить внимание, тематика публикаций о России в рассматриваемом сегменте касается экономики – наибольшее количество составляют материалы о профилях компаний (37,6 %), прибыли (16,0 %) и банкротствах (5,8 %). Когда же речь заходит о США, то на первое место выходят международные отношения (23,6 %), а в экономическом поле – информация о ценных бумагах (12,5 %) и новости товарных рынков (9,5 %). При этом волновавшие всех в 2020 году темы коронавирусной эпидемии и новых штаммов коронавируса отошли на второй план. Среди материалов с упоминанием России эти темы собирают 3,0 и 2,9 % соответственно, а среди материалов с упоминанием США 5,3 и 4,9 %.

Рассмотрим теперь первую десятку российских онлайн-ресурсов на русском языке, в которых в 2021 году чаще всего упоминалась Россия, и аналогичную десятку, где за тот же период чаще всего упоминались США (табл. 2). В корпусе российских русскоязычных источников Россия чаще всего упоминает-

ся на двух ресурсах – «ИНФО-РЛ: Профили российских компаний» (22,4 % от всех материалов данного корпуса с упоминанием России) и «ИНФО-РЛ: Краткая информация о российских компаниях» (11,4 %). Третью позицию занимает портал SKRIN (6,2 %), на котором публикуется информация о компаниях, представленных на фондовых рынках. И только после них следуют информационные агентства ТАСС (2,8 %), PRIME (2,8 %), «Новости» (1,5 %). В десятку также вошли: «АиФ онлайн: российские регионы» (1,4 %), REGNUM (1,2 %), АК&М (1,0 %) и «Российская газета» (0,5 %). Таким образом, высокая упоминаемость России на русском языке в российской зоне интернета связана в большей степени с ресурсами экономического содержания, что хорошо согласуется с данными о тематике, в контексте которой упоминается Россия.

Таблица 1

Процентное распределение по темам материалов российских онлайн-ресурсов с упоминанием России и США на русском языке в мониторинговой системе Factiva в 2021 году

От всех материалов российских онлайн-ресурсов с упоминанием России, %			От всех материалов российских онлайн-ресурсов с упоминанием США, %		
1	Профили компаний	37,6	1	Международные отношения	23,6
2	Прибыль	16,0	2	Производные ценные бумаги	12,5
3	Банкротство	5,8	3	Новости товарных рынков	9,5
4	Корпоративные и отраслевые новости	5,1	4	Корпоративные и отраслевые новости	8,4
5	Политические и общие новости	4,6	5	Новости энергетических рынков	8,1
6	Финансовые показатели	3,9	6	Новости рынков акций	6,5
7	Вспышки заболеваний/Эпидемии	3,0	7	Военные действия	5,6
8	Новые коронавирусы	2,9	8	Рынки акций	5,5
9	Преступления/Правосудие	2,5	9	Вспышки заболеваний/Эпидемии	5,3
10	Данные о продажах	2,3	10	Внутренняя политика	5,2

Источник: выполнено автором.

Table 1

Percentage distribution by subject of materials of Russian online resources mentioning Russia and the USA in Russian language in Factiva monitoring system in 2021

Of all materials from Russian online resources mentioning Russia, %			Of all materials from Russian online resources mentioning the USA, %		
1	Company profiles	37,6	1	International relations	23,6
2	Profit	16,0	2	Derivative securities	12,5
3	Bankruptcy	5,8	3	Commodity market news	9,5
4	Corporate and industry news	5,1	4	Corporate and industry news	8,4
5	Political and general news	4,6	5	Energy markets news	8,1
6	Financials	3,9	6	Equity market news	6,5
7	Disease Outbreaks/Epidemics	3,0	7	Military action	5,6
8	New coronaviruses	2,9	8	Equity markets	5,5
9	Crime/Justice	2,5	9	Crime/Justice	5,3
10	Sales data	2,3	10	Domestic policy	5,2

Source: performed by the author.

Упоминание США в российских источниках на русском языке чаще всего наблюдалось в материалах информационных агентств ТАСС (15,4 %) и «Новости» (11,2 %). Несколько реже встречаются материалы на сайтах

«Спутник» (8,9 %), REGNUM (6,7 %), PRIME (4,8 %), «Коммерсант» (2,7 %), «АиФ онлайн» (2,5 %), «Эхо Москвы» (2,5 %), «Российская газета» (1,9 %), «Интерфакс» (1,4 %). Материалы с упоминанием США в этом списке в большей степени касаются международной политики.

Таблица 2

Российские онлайн-ресурсы, доступные в мониторинговой системе Factiva (2021), в которых чаще всего публиковались материалы с упоминанием России и США на русском языке

От всех материалов онлайн-ресурсов России с упоминанием России, %			От всех материалов онлайн-ресурсов России с упоминанием США, %		
1	ИНФО-РЛ: Профили российских компаний	22,4	1	TASS	15,4
2	ИНФО-РЛ: Краткая информация о российских компаниях	11,4	2	РИА Новости	11,2
3	SKRIN	6,2	3	Спутник	8,9
4	TASS	2,8	4	ИА REGNUM	6,7
5	PRIME	2,8	5	PRIME	4,8
6	РИА Новости	1,5	6	Коммерсант	2,7
7	АиФ онлайн: российские регионы	1,4	7	АиФ онлайн	2,5
8	ИА REGNUM	1,2	8	Эхо Москвы	2,5
9	AK&M	1,0	9	Российская газета	1,9
10	Российская газета	0,5	10	Интерфакс	1,4

Источник: выполнено автором.

Table 2

Russian online resources available in Factiva monitoring system in 2021, which most often published materials mentioning Russia and the USA in Russian

Of all materials from Russian online resources with mention of Russia, %			Of all materials from Russian online resources with mention of USA, %		
1	INFO-RL: Profiles of Russian companies	22,4	1	TASS	15,4
2	INFO-RL: Russian Companies Brief	11,4	2	RIA Novosti	11,2
3	SKRIN	6,2	3	Sputnik	8,9
4	TASS	2,8	4	REGNUM	6,7
5	PRIME	2,8	5	PRIME	4,8
6	RIA Novosti	1,5	6	Kommersant	2,7
7	AiF online: Russian Regions	1,4	7	AiF online	2,5
8	REGNUM News Agency	1,2	8	Echo Moskv	2,5
9	AK&M	1,0	9	Rossiyskaya Gazeta	1,9
10	Rossiyskaya Gazeta	0,5	10	Interfax	1,4

Source: performed by the author.

Представленность России и США в публикациях англоязычных американских онлайн-ресурсов

Проведем сходный анализ для СМИ из Соединенных Штатов Америки. В период подготовки данной статьи сегмент ресурсной базы из США насчитывал 5045 онлайн-источников. В него вошли сайты всех крупнейших газет и журналов федерального уровня, ведущих информационных агентств, крупнейших федеральных телеканалов США, большое количество сайтов региональных изданий из всех без исключения штатов, а также сетевые издания, специализирующиеся на экономической, политической, юридической и научно-технической тематике.

В 2021 году на всем многомиллионном корпусе публикаций американских СМИ больше всего материалов встречалось с упоминанием США (57,76 %). Вторым оказался Китай (6,90 %), третьей – Япония (2,07%). Россия на 13-м месте (0,63 %). Вспомним, что в российских СМИ на русском языке США занимали второе место, уступая только России. Отсюда следует вывод: для американских СМИ в 2021 году Россия была заметно менее значима, чем США для российских. Ее значимость была заметно ниже для американских СМИ, чем значимость таких стран, как Китай, Япония, Великобритания, Германия, Канада, Индия, Южная Корея, Италия, Франция, Австралия, Бразилия.

В табл. 3 представлены десять наиболее часто освещаемых тем, связанных с Россией, и столько же связанных с США в материалах американских онлайн-ресурсов на английском языке в мониторинговой системе Factiva в 2021 году. Названия тем в табл. 3 сохранены в том виде, в каком они заявлены в базе данных.

Таблица 3

Процентное распределение по темам материалов американских онлайн-ресурсов с упоминанием России и США на английском языке в мониторинговой системе Factiva в 2021 году

От всех материалов онлайн-ресурсов США с упоминанием России, %			От всех материалов онлайн-ресурсов США с упоминанием США, %		
1	Естественные/Гуманитарные науки	21,8	1	Корпоративные и отраслевые новости	14,6
2	Политические и общие новости	18,3	2	Политические и общие новости	9,2
3	Внутренняя политика	14,6	3	Отчетность по ценным бумагам	9,1
4	Исполнительная власть	12,1	4	Вспышки заболеваний/Эпидемии	8,7
5	Химия	11,5	5	Преступления/Правосудие	7,9
6	Международные отношения	10,7	6	Внутренняя политика	7,7
7	Преступления/Правосудие	9,7	7	Новые коронавирусы	7,6
8	Физика	8,5	8	Патенты	7,2
9	Вспышки заболеваний/Эпидемии	6,7	9	Университеты/Колледжи	7,1
10	Корпоративные и отраслевые новости	6,5	10	Прибыль	4,4

Источник: выполнено автором.

Table 3

Percentage distribution by subject of materials of USA online resources mentioning Russia and the USA in English in Factiva monitoring system in 2021

Of all materials from USA online resources with mention of Russia, %			Of all materials from USA online resources with mention of the USA, %		
1	Natural/Humanities	21,8	1	Corporate and industry news	14,6
2	Political and general news	18,3	2	Political and general news	9,2
3	Domestic politics	14,6	3	Securities reporting	9,1
4	Executive power	12,1	4	Disease Outbreaks/Epidemics	8,7
5	Chemistry	11,5	5	Crime/Justice	7,9
6	International relationships	10,7	6	Domestic Politics	7,7
7	Crime/Justice	9,7	7	New Coronaviruses	7,6
8	Physics	8,5	8	Patents	7,2
9	Disease outbreaks/Epidemics	6,7	9	Universities/Colleges	7,1
10	Corporate and industry news	6,5	10	Profits	4,4

Source: performed by the author.

Какие тематические направления чаще всего ассоциировались с Россией? Более всего с ней связаны публикации о науке и технологиях, особенно в области химии и физики. Россия также сравнительно часто упоминается в материалах о политике, как внутренней, так и международной. Кроме перечисленных тематических направлений, она фигурирует в публикациях о преступлениях и правосудии, об эпидемиях, а также в корпоративных и отраслевых новостях и др.

В материалах американских СМИ о самих США на первое место выходят корпоративные и отраслевые, политические и общие новости, а также отчетность по ценным бумагам. Заметное место также занимают такие темы, как эпидемии, преступление и правосудие, внутренняя политика, патенты, университеты и колледжи, прибыль.

Рассмотрим теперь, какие американские СМИ чаще всего публиковали материалы с упоминанием России и США на английском языке в 2021 году. Первая десятка такого рода изданий представлена в табл. 4.

Таблица 4

Американские онлайн-ресурсы, доступные в мониторинговой системе Factiva (2021), в которых чаще всего публиковались материалы с упоминанием России и США на английском языке

От всех материалов онлайн-ресурсов США с упоминанием России, %			От всех материалов онлайн-ресурсов США с упоминанием США, %		
1	Chemicals & Chemistry	10,7	1	U.S. Securities and Exchange Commission	14,6
2	NewsRx Medical Newsletters	8,7	2	PR Newswire	9,2
3	Physics Week	6,8	3	U-Wire	9,1
4	CNN	6,0	4	US Fed News	8,7
5	Nanotechnology Weekly	4,5	5	NewsRx Medical Newsletters	7,9
6	Platts	4,3	6	Business Wire	7,7
7	The New York Times	4,1	7	Congressional Documents and Publications	7,6
8	Journal of Engineering	4,1	8	GlobeNewswire	7,2
9	Washington Post	3,7	9	Journal of Engineering	7,1
10	The Wall Street Journal	3,2	10	The New York Times	4,4

Источник: выполнено автором.

Table 4

American online resources available in Factiva monitoring system in 2021, which most often published materials mentioning Russia and the USA in English

Of all materials from USA online resources with mention of Russia, %			Of all materials from USA online resources with mention of the USA, %		
1	Chemicals & Chemistry	10,7	1	U.S. Securities and Exchange Commission	14,6
2	NewsRx Medical Newsletters	8,7	2	PR Newswire	9,2
3	Physics Week	6,8	3	U-Wire	9,1
4	CNN	6,0	4	US Fed News	8,7
5	Nanotechnology Weekly	4,5	5	NewsRx Medical Newsletters	7,9
6	Platts	4,3	6	Business Wire	7,7
7	The New York Times	4,1	7	Congressional Documents and Publications	7,6
8	Journal of Engineering	4,1	8	GlobeNewswire	7,2
9	Washington Post	3,7	9	Journal of Engineering	7,1
10	The Wall Street Journal	3,2	10	The New York Times	4,4

Source: performed by the author.

Материалы с упоминанием России, как было показано выше, связаны с наукой и технологиями. Они чаще всего появлялись в таких изданиях, как *Chemicals & Chemistry* (10,7 % от всех публикаций с упоминанием России), *NewsRx Medical Newsletters* (8,7 %) и *Physics Week* (6,8 %). В первую десятку также вошли *Nanotechnology Weekly* (4,5 %) и *Journal of Engineering* (4,1 %). В первой десятке мы в том числе встречаем ведущие американские СМИ общего характера, такие как *CNN* (6,0 %), *The New York Times* (4,1 %), *Washington Post* (3,7 %), а также издания экономической направленности – *Platts* (4,3 %) и *The Wall Street Journal* (3,2 %).

Первая десятка англоязычных американских онлайн-ресурсов, в которых чаще всего упоминали США в 2021 году, выглядела иначе. Это официальные ресурсы, так или иначе связанные с правительством США: *US Securities and Exchange Commission* (14,6 %), *US Fed News* (8,7 %) и *Congressional Documents and Publications* (7,6 %). Кроме того, это дистрибьютер пресс-релизов *PR Newswire* (9,2 %), междууниверситетский агрегатор *U-Wire*, публикующий новости из нескольких сот университетских онлайн-ресурсов США (9,1 %). К перечисленным добавляются издания о науке и технологиях *NewsRx Medical Newsletters* (7,9 %) и *Journal of Engineering* (7,1 %). В списке также находим *Business Wire* (7,7 %) и *The New York Times* (4,4 %).

Заключение

Проведенный анализ позволил выявить ряд тенденций в представленности России и США в информационном онлайн-пространстве. Основные результаты сводятся к следующему.

В 2021 году *Россия лидировала* по числу материалов с ее упоминанием в глобальном информационном онлайн-пространстве, причем как в целом, так и в двух языковых зонах – русскоязычной и англоязычной, а США и там, и там расположились на втором месте. Следовательно, для глобального журналистского сообщества значимость России велика и превышает значимость как США, так и других стран. *На глобальном уровне чаще всего Россия упоминалась в материалах экономической тематики* (профили компаний, прибыль, корпоративные и отраслевые новости и др.). Та же тенденция наблюдалась и для США. Материалы политической тематики и сообщения о пандемии коронавируса занимали сравнительно небольшое место при упоминании двух стран. В корпусе текстов на русском языке из российских источников преобладают материалы из онлайн-ресурсов, специализированных на экономической информации, и информационных агентств.

При переходе от глобального рассмотрения к национальному наблюдается асимметричность в информационном освещении России и США, причем как по тематическим направлениям в целом, так и по конкретной направленности источников. В корпусе текстов на русском языке из российских источников преобладают материалы с упоминанием России, а материалы с упоминанием США занимают второе место. Тематика публикаций с упоминанием России касается в основном экономики – наибольшее количество составляют материалы о профилях компаний, прибыли и банкротствах. В публикациях с упоминанием США на первое место выходят меж-

дународные отношения, а в экономическом поле – информация о ценных бумагах и новости товарных рынков.

В корпусе американских текстов на английском языке также преобладают материалы специализированных онлайн-ресурсов и информационных агентств. Чаще всего встречаются публикации с упоминанием США. Россия же упоминается реже, чем Китай, Япония, Великобритания, Германия, Канада, Индия, Южная Корея, Италия, Франция, Австралия, Бразилия. Следовательно, в 2021 году для американских СМИ Россия была гораздо менее значима, чем США для российских в ряду других стран. В корпусе американских текстов на английском языке тематика публикаций с упоминанием России чаще касается науки и технологий – наибольшее количество составляют материалы о достижениях нашей страны в области естественных наук – химии, физики, медицины. Значимое количество публикаций посвящено политике, как внутренней, так и внешней. В публикациях с упоминанием США на первые места выходят экономические, политические и общие новости, отчетность компаний по ценным бумагам, материалы об эпидемиях, преступлениях и правосудии, а также о внутренней политике.

Список литературы

- Арфибян О.П., Трифонова О.О., Локтионова С.Н.* Формирование образа геополитического соперника посредством СМИ: на примере РФ и США // День местного самоуправления: научная конференция: сборник статей. М.: Российский государственный аграрный университет – МСХА имени Тимирязева, 2021. С. 6–15.
- Бородавкина Е.В., Пчегатлук С.К.* Образ России и США в СМИ: сравнительный анализ // Сборник научных статей факультета экономики, управления и бизнеса КубГТУ / под ред. М.Б. Щепаккина. Краснодар: Юг, 2014. С. 63–65.
- Быстрицкий А.Г., Шариков А.В.* О представленности России в глобальном информационном онлайн-пространстве // Международная жизнь. 2021. № 2. С. 76–93.
- Виноградова Н.С.* Политико-психологический анализ образа России в англо-американских печатных СМИ (исследование 2008–2009 гг.): автореф. дис. ... канд. полит. наук. М., 2010. 26 с.
- Дубровская Л.В., Григорьева Т.А., Овчинникова М.С.* Анализ образа России в печатных СМИ США в период с 2012 по 2016 гг. на примере ведущих американских газет // *The Newman in Foreign Policy*. 2017. № 36 (80). С. 98–102.
- Журавлева В.И.* Понимание России в США: образы и мифы, 1881–1914. М.: РГГУ, 2012. 140 с.
- Казун А.Д.* Глобальный новостной поток: о каких странах говорят российские СМИ и почему? // *Полития*. 2018. Т. 91. № 4. С. 90–105. <https://doi.org/10.30570/2078-5089-2018-91-4-90-105>
- Казун А.П., Казун А.Д.* Место новостей о России в глобальной повестке дня: сравнительный анализ печатной прессы стран G20 // *Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии*. 2019. Т. 128. № 1–2. С. 137–146.
- Клещина Н.Н.* Метафоричность образа России в американских СМИ и образа США в российских СМИ прошлого и настоящего // *Власть*. 2017. Т. 25. № 9. С. 32–36.
- Колесниченко В.Г.* Подходы к репрезентации зарубежных стран в качественной прессе (опыт России и США) // *Медиаальманах*. 2020. № 6 (101). С. 32–42. <https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.6.2020.3242>
- Конев К.А., Федосов Е.А.* Образно-символическая специфика репрезентации Антанты и США в советской печатной пропаганде периода гражданской войны (1918–1920 гг.) //

- Вестник Томского государственного университета. История. 2022. № 77. С. 20–29. <https://doi.org/10.17223/19988613/77/3>
- Корнюкова В.В. Эволюция образа СССР в американской печати: автореф. дис. ... канд. филос. наук. М., 1991. 24 с.
- Марущак А.В. Политико-социальный образ России в американском медиапространстве // Журналистский ежегодник. 2012. № 1. С. 93–96.
- Моисеева Т.В. Метафорическое моделирование образа России в американских СМИ и образа США в российских СМИ: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2007. 23 с.
- Панов А.С. Россия и США в последней четверти XVIII – первой трети XIX вв.: опыт взаимных репрезентаций: автореф. дис. ... канд. истор. наук. М., 2020. 26 с.
- Панова Е.Ю. Специфика репрезентации медиаобраза России в печатных СМИ США и Великобритании // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2020. № 4. С.126–130.
- Пензина А.И. Образ России в мировых СМИ на примере прессы США // Журналистика и общество: сборник научных трудов. М.: РУДН, 2017. С. 176–183.
- Пойгина Л.Б. Эволюция образа СССР на страницах газеты «Нью-Йорк Таймс»: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1990. 21 с.
- Пшенкин А.А. Метафорический образ СССР/России в американском и российском политическом дискурсе // Политическая лингвистика. 2006. № 20. С. 146–161.
- Титова А.Л. Роль СМИ в формировании внешнеполитического образа США. Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2003. 41 с.
- Турусова А.Д. Роль СМИ в процессе эволюции образа США в СССР в годы «холодной войны» // Огарев-Online. 2020. № 4. URL: <https://journal.mrsu.ru/arts/rol-smi-v-processe-evolyucii-obraza-ssha-v-sssr-v-gody-xolodnoj-vojny> (дата обращения: 30.10.2022).
- Шамтарова С.И. Образ России в современных американских СМИ // Актуальные проблемы современности: наука и общество. 2020. № 1 (26). С. 17–19.
- Шариков А.В. Глобальное информационное онлайн-пространство в 2020 году: динамические характеристики // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2021. № 2. С. 445–463.
- Шариков А.В. Реакция глобального информационного онлайн-пространства на военную спецоперацию на Украине: статистическая медиадинамика // Международная жизнь. 2022. № 4. С. 54–73.
- Guo L., Hong Tien Vu, McCombs M. An expanded perspective on agenda-setting effects. Exploring the third level of agenda setting // *Revista de Comunicación*. 2012. № 11. Pp. 51–68.
- Kosicki G.M. Problems and opportunities in agenda-setting research // *Journal of Communication*. 1993. Vol. 43. No. 2. Pp. 100–127. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01265.x>
- McCombs M., Show D.L. Agenda-setting function of mass media // *Public Opinion Quarterly*. 1972. Vol. 36. No. 2. Pp. 176–187.
- Show D., McCombs M. Agenda setting in the new media landscape: two perspectives and approaches to research. University of North Carolina at Chapel Hill, University of Texas at Austin, 2008. 13 p.

References

- Arfikyan, O.P., Trifonova, O.O., & Loktionova, S.N. (2021). The formation of an image of a geopolitical rival through the media: On the example of the Russian Federation and the United States. *Local Government Day: Scientific Conference: Collection of Articles* (pp. 6–15). Moscow: Russian State Agrarian University – Moscow Agricultural Academy named after Timiryazev Publ. (In Russ.)
- Borodavkina, E.V., & Pchegatluk, S.K. (2014). Image of Russia and the United States in the media: A comparative analysis. In M.B. Schepakin (Ed.), *Collection of Scientific Arti-*

- cles of the Faculty of Economics, Management and Business of Kuban State Technical University* (pp. 63–65). Krasnodar: Yug Publ. (In Russ.)
- Bystritsky, A.G., & Sharikov, A.V. (2021). Russia's representation in the global online information space. *International Affairs*, (2), 76–93. (In Russ.)
- Dubrovskaya, L.V., Grigoryeva, T.A., & Ovchinnikova, M.S. (2017). Analysis of Russia's image in the U.S. print media from 2012 to 2016 by example of leading American newspapers. *The Newman in Foreign Policy*, 80(36), 98–102. (In Russ.)
- Guo, L., Hong Tien Vu, & McCombs, M. (2012). An expanded perspective on agenda-setting effects. Exploring the third level of agenda setting. *Revista de Comunicaci3n*, (11), 51–68.
- Kazun, A.D. (2018). Global news flow (what countries Russian media talk about and why?). *Politeia*, 91(4), 90–105. (In Russ.) <https://doi.org/10.30570/2078-5089-2018-91-4-90-105>
- Kazun, A.P., & Kazun, A.D. (2019). News about Russia in the global agenda: A comparative analysis of the G20 press. *The Russian Public Opinion Herald. Data. Analysis. Discussions*, 128(1–2), 137–146. (In Russ.)
- Kleshchina, N.N. (2017). Metaphoricity of the Russian image in American mass media and the American image in Russian mass media of the past and present. *Vlast'*, 25(9), 32–36. (In Russ.)
- Kolesnichenko, V.G. (2020). Approaches to representation of foreign countries in the quality press (Russian and USA experience). *The MediaAlmanah*, 101(6), 32–42. (In Russ.) <https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.6.2020.3242>
- Konev, K.A., & Fedosov, E.A. (2022). Figurative and symbolic specifics of the representation of the entente and the United States in the Soviet printed propaganda of the civil war period (1918–1920). *Tomsk State University Journal of History*, 77, 20–29. (In Russ.) <https://doi.org/10.17223/19988613/77/3>
- Korniyukova, V.V. (1991). *Evolution of the image of the USSR in the American press* (abstract of PhD. Philosoph. Sci. Dis.). Moscow. (In Russ.)
- Kosicki, G.M. (1993). Problems and opportunities in agenda-setting research. *Journal of Communication*, 43(2), 100–127. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01265.x>
- Maruschak, A.V. (2012). Political and social image of Russia in American media space. *Zhurnalistsij Ezhegodnik*, (1), 93–96. (In Russ.)
- McCombs, M., & Show, D.L. (1972). Agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187.
- Moiseeva, T.V. (2007). *Metaphorical modeling of the image of Russia in American media and the image of the United States in Russian media* (abstract of PhD. Philol. Sci. Dis.). Ye-katerinburg. (In Russ.)
- Panov, A.S. (2020). *Russia and the USA in the last quarter of the 18th – the first third of the 19th centuries: The experience of mutual representations* (abstract of PhD. Histor. Sci. Dis.). Moscow. (In Russ.)
- Panova, E.Yu. (2020). Specificity of Russia's media image representation in print media of the United States and Great Britain. *Bulletin of Voronezh State University. Series: Philology. Journalism*, (4), 126–130. (In Russ.)
- Penzina, A.I. (2017). The image of Russia in the world media on the example of the US press. *Journalism and Society: Collection of Scientific Works* (pp. 176–183). Moscow: RUDN University. (In Russ.)
- Poigina, L.B. (1990). *Evolution of the image of the USSR in The New York Times* (abstract of PhD. Philol. Sci. Dis.). Moscow. (In Russ.)
- Pshenkin, A.A. (2006). Metaphorical image of the USSR/Russia in American and Russian political discourse. *Political Linguistics*, 20, 146–161. (In Russ.)
- Shamparova, S.I. (2020). The image of Russia in modern American mass media. *Current Problems of Our Time: Science and Society*, 26(1), 17–19. (In Russ.)
- Sharikov, A.V. (2021). Global online information space in 2020: Dynamic characteristics. *Public Opinion Monitoring: Economic and Social Changes*, (2), 445–463. (In Russ.)
- Sharikov, A.V. (2021). The reaction of the global online information space to the military special operation in Ukraine: statistical media dynamics. *International Affairs*, (4), 54–73. (In Russ.)

- Show, D., & McCombs, M. (2008). *Agenda setting in the new media landscape: Two perspectives and approaches to research*. University of North Carolina at Chapel Hill, University of Texas at Austin.
- Titova, A.L. (2003). *Role of mass media in forming foreign-political image of the USA*. Chelyabinsk: SUSU Publ. (In Russ.)
- Turusova, A.D. (2020). The role of the media in the evolution of the US image in the USSR during the Cold War. *Ogarev-Online*, (4). Retrieved October 30, 2022, from <https://journal.mrsu.ru/arts/rol-smi-v-processe-evolyucii-obraza-ssha-v-sssr-v-gody-xolodnoj-voyny>
- Vinogradova, N.S. (2010). Political-psychological analysis of the image of Russia in the Anglo-American print media (study 2008–2009) (abstract of PhD. Polit. Sci. Dis.). Moscow. (In Russ.)
- Zhuravlyova, V.I. (2012). *Understanding Russia in the United States: Images and myths, 1881–1914*. Moscow: RSUH Publ. (In Russ.)

Сведения об авторе:

Шариков Александр Вячеславович, кандидат педагогических наук, профессор Института медиа, факультет креативных индустрий, академический руководитель образовательной программы «Менеджмент в СМИ», Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Российская Федерация, 101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20. ORCID: 0000-0001-6035-5960. E-mail: asharikov@hse.ru

Bio note:

Alexander V. Sharikov, Candidate of Sciences (PhD) in General Pedagogy, History of Pedagogy and Education, Professor of the Institute of Media, Communications, Media and Design Department, the academic supervisor of the master program “Media Management”, National Research University Higher School of Economics, 20 Myasnitskaya St, Moscow, 101000, Russian Federation. ORCID: 0000-0001-6035-5960. E-mail: e-mail: asharikov@hse.ru



DOI 10.22363/2312-9220-2023-28-1-122-131

EDN: KELXZY

УДК 070

Научная статья / Research article

Анализ культурных программ иракских спутниковых телеканалов

М.Р. Желтухина¹, В.С. Радхи²

¹Волгоградский государственный социально-педагогический университет,
Российская Федерация, 400005, Волгоград, пр-кт Ленина, д. 27

²Российский университет дружбы народов,
Российская Федерация, 117198, Москва, Миклухо-Маклая, д. 10, корп. 2

 zzmr@mail.ru

Аннотация. Рассматриваются тренды иракского телевидения после 2011 года, когда национальное вещание вышло на новый уровень. В этот период стали развиваться и популяризоваться культурные программы, имеющие своей задачей стабилизацию общественного настроения и морального оздоровления. Цель исследования – выявление особенностей культурных программ иракского спутникового канала с учетом социально-исторического фона. Дан общий анализ современного иракского телевидения, которое сформировалось после окончания затяжного военного конфликта с США. Выдвигается общий тезис о том, что напряженная военно-политическая обстановка в Ираке закономерным образом нашла отражение в эфирной сетке телевизионных каналов страны, где объем культурного компонента чрезвычайно мал. В условиях, когда страна переживает послевоенные годы, очень важна стабилизация общественного настроения, и культурные программы могут сыграть важную роль в этом аспекте. Современное спутниковое иракское телевидение находится на этапе становления и развития, что связано с внешними социальными и политическими факторами. Исследование вносит вклад в развитие научно-методологической и теоретической базы для дальнейшего изучения иракских медиа.

Ключевые слова: цифровое спутниковое вещание, иракские медиа, национальное ТВ, тренд телевидения

Благодарности и финансирование. Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 22-28-01623.

Вклад авторов. М.Р. Желтухина – часть о лингвокультурной специфике телевизионного медиадискурса, роли культурного компонента телевизионного дискурса в популяризации культуры и обеспечении безопасности и психологического здоровья разных групп населения. В.С. Радхи – часть об установлении социополитической и культурно-исторической специфики иракского телевизионного дискурса, выделение культурного компонента телерадиовещания, общий обзор структурного, функционального и жанрового аспектов развития иракского спутникового телевидения.

© Желтухина М.Р., Радхи В.С., 2023



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

Заявление о конфликте интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

История статьи: поступила в редакцию 11 августа 2022 г.; отрецензирована 20 октября 2022 г.; принята к публикации 18 ноября 2022 г.

Для цитирования: Желтухина М.Р., Радхи В.С. Анализ культурных программ иракских спутниковых телеканалов // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2023. Т. 28. № 1. С. 122–131. <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2023-28-1-122-131>

Analytical study of cultural programs of Iraqi satellite TV channels

Marina R. Zheltukhina¹, Wazir S. Radhi²

¹*Volgograd State Socio-Pedagogical University,
27 Prospekt Lenina, Volgograd, 400005, Russian Federation*

²*Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University),
10 Miklukho-Maklaya St, bldg 2, Moscow, 117198, Russian Federation*

 zzmr@mail.ru

Abstract. The authors examine the trends of Iraqi television after 2011, when the national broadcasting reached a new level. During this period, cultural programs with the aim of stabilizing the public mood and moral recovery began to be developed and popularized. The purpose of the study is to identify the features of the cultural programs of the Iraqi satellite channel, taking into account the socio-historical background. A general analysis of modern Iraqi television, which was formed after the end of the protracted military conflict with the United States, is given. The general thesis is put forward that the tense military and political situation in Iraq was naturally reflected in the airwaves of TV channels in the country, where the volume of the cultural component is extremely small. As the country goes through the post-war years, stabilizing the public mood is very important, and cultural programs can play an important role in this aspect. Modern Iraqi satellite television is in its formative and developmental stage due to external social and political factors. The research contributes to the development of scientific methodological and theoretical basis for the further study of Iraqi media.

Keywords: digital satellite broadcasting, Iraqi media, national television, TV trend

Acknowledgements and Funding. The study has been supported by the Russian Science Foundation (project No. 22-28-01623).

Author's contribution. Marina R. Zheltukhina – part on the linguocultural specifics of television media, on the role of the cultural component of television discourse in promoting culture and ensuring the safety and psychological health of different groups of the population. Wazir S. Radhi – part on establishing the socio-political and cultural-historical specifics of Iraqi television discourse, highlighting the cultural component of broadcasting, a general overview of the structural, functional and genre aspects of the development of Iraqi satellite television.

Conflicts of interest. The authors declare that there is no conflict of interest.

Article history: submitted August 11, 2022; revised October 20, 2022; accepted November 18, 2022.

For citation: Zheltukhina, M.R., & Radhi, W.S. (2023). Analytical study of cultural programs of Iraqi satellite TV channels. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 28(1), 122–131. (In Russ.) <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2023-28-1-122-131>

Введение

Интенсивно развивающееся информационное медиапространство вызывает исследовательский интерес в разных лингвокультурах, поскольку массмедиа не только информируют, но и воздействуют на адресата как представителя той или иной языковой среды. Проблемам развития телевизионного дискурса посвящены работы ученых разных стран (Woo-Hyun, 1993; Ayish, 2002; Lynch, 2003; Kraidy, 2005; Volkmer, 2008; Джасим, 2009; Arisoy, 2016; Bati, Atici, 2016; Волкова, Лазутова, 2017; Senthilkumar, Venkatesh, 2017; Желтухина, Доронина, 2018; Уразова, 2018; Olowe, Esiti, 2020; Dithlokwa, 2022; Гладко, 2022; Loads, 2022 и др.).

Актуальность темы объясняется необходимостью исследования современного арабского телевизионного дискурса, поскольку телевидение влияет на большую часть повседневной жизни западноазиатских жителей сильнее, чем интернет. Сегодня количество арабских телевизионных каналов исчисляется тысячами, зрители со всего Ближнего Востока могут просматривать самые разные каналы, транслирующие новости, музыку, фильмы, спорт, игровые шоу, передачи об образовании, религии и мн. др. При этом важно подчеркнуть особую роль Ирака. В стране созданы независимые трехязычные телепрограммы на арабском, курдском, туркменском языках (Джасим, 2009). В данном исследовании рассматриваются особенности культурных программ иракского спутникового телевидения.

Телевидение Ирака развивалось в разных политических условиях, что, безусловно, влияло на идеологическую ориентацию вещания. Информационно-технический прогресс, который начался в XX веке, только в XXI веке стал актуальным для Ирака в силу внешних (военно-политических) обстоятельств. После завершения американской оккупации в 2011 году в стране стала активно развиваться медийная сфера. Именно в этот период возникли такие каналы, как «Аль-Шабаб», спутниковый канал «Аль-Ирак» и др. После падения баасистского режима, во время которого было запрещено пользоваться спутниковыми антеннами, телевидение в стране стало стремительно развиваться. После трех национальных и четырнадцати официально санкционированных каналов (последние были доступны только избранным по карточной подписке за два года до войны) многие иракцы внезапно получили доступ к более тремстам спутниковым каналам и новым иракским телеканалам. «У этих людей ничего не было, но теперь они завалены спутниковыми каналами. Это шанс вернуться в реальный мир», – говорит Жан-Клод Булос, глава иракской телекомпании «Ас-Сумария»¹.

В последние десять лет иракское спутниковое телевидение является объектом отдельных междисциплинарных исследований. Использование медийных технологий на иракском телевидении изучают А.Х. Бассам, С.А. Ржанова (2017), Ю.С. Дубова (2016). Внимание современных исследователей сосредоточено также на том, какие трансформации претерпело иракское телевидение за последние десятилетия (Джасим, 2009; Губанова, Эзеддин, 2020). Однако пока не проводились специальные исследования, посвященные культурному ас-

¹ См.: В Ираке вещают 57 телеканалов: кто их финансирует, и как их смотрят? URL: <https://www.aljazeera.net/politics/2022/10/13/> (дата обращения: 25.12.2022).

пекту развития иракского ТВ. Представляется, что в стране, где относительно недавно закончились военные действия, особую значимость приобретает культура, поскольку эта область, будучи просветительской, воспитательной, отвечает за моральное и духовное здоровье нации, что особо важно для граждан страны, переживших военное время. Выявленное противоречие между отсутствием исчерпывающих аналитических исследований трендов телевидения в эпоху цифрового спутникового вещания в Ираке применительно к развитию и популяризации культурных программ и их очевидной значимостью для общественной и моральной стабилизации и реабилитации делает актуальным проведение исследования, направленного на установление специфики развития культурных программ иракского спутникового вещания. В качестве изучаемого материала используются программы спутниковых каналов иракского телевидения, транслирующие культурно-просветительские и культурно-развлекательные программы.

Обсуждение

Современный телевизионный пейзаж отражает политическое и религиозное разделение иракского общества. В 2004 году Уильям Ру опубликовал результаты исследования арабских газет, радио и телевидения. В его книге «Арабские СМИ» (Arab Mass Media) рассматриваются организации средств массовой информации в 18 арабских странах, и каждая страна отнесена к одной из четырех категорий в зависимости от степени влияния правительства на СМИ. Исследование было опубликовано, когда свержению режима Саддама Хусейна и сопутствующей трансформации медиасцены едва исполнился год. Ру разделил историю Ирака на два временных периода и классифицировал иракские СМИ до вторжения 2003 года как квинтэссенцию «мобилизационных СМИ» из-за полного манипулирования ими со стороны правительства. Иракские СМИ, возникшие после вторжения, классифицированы как «многообразные СМИ» (Rugh, 2004, с. 30).

С 2003 года Ирак перешел от медийной среды, в которой полностью доминирует правительство, к среде, в которой есть источники, контролируемые другими силами. В вакууме власти, оставшемся после свержения баасистского режима, и с большими свободами, предоставленными коалиционными силами, газеты, телевизионные и радиостанции быстро распространились по всей стране. Множество медиаигроков в телевизионной спутниковой отрасли породило разные по охвату аудитории и силе воздействия медиапоток, не только с персуазивными коммуникативными стратегиями, но и суггестивными, манипулятивными, которые формируют представления массового адресата, трансформируют его ценности и установки. Телевидение может не только развлекать и информировать аудиторию, но и разрушать культурные основы, приводить к дестабилизации социально-политической обстановки в стране, порождать угрозу безопасности и здоровью граждан.

Всестороннее исследование проблем искажения информации в результате значимых процессов в цифровой медиакommunikации, происходящих в условиях развития информационных технологий и под их влиянием, проведено Г.Н. Трофимовой (2021). Определена специфика медиатизации современного общества, намечены наиболее актуальные и проблемные моменты

компьютерно-сетевого речевого применения, отражающие современную ситуацию в сетевом дискурсе в целом и функционировании языка в медиакоммуникации онлайн в частности, с учетом нарастающей радикализации в обществе, ведущей к нарушениям информационной безопасности.

Иракские журналисты Тауфик Галеб Аль-Хаяли, Хассан Хади и другие, отмечают, что опыт спутникового вещания в Ираке очень мал, метафорически спутниковые каналы иракского телевидения называются первенцами², их становление сопровождается множеством препятствий, технических и административных проблем. Особенности иракского спутникового телевидения следуют из социополитических, историко-религиозных, лингвокультурных, структурно-функциональных компонент.

Иракские каналы стремятся соответствовать современным трендам развития общества. Внешнеполитические факторы, а также сложившие в последние десятилетия социальные отношения в Ираке во многом повлияли на контент культурных программ, которые транслируются спутниками. По убеждению Махмуда Суммы, «эпоха спутникового телевидения – это катастрофа». Писатель и академик утверждает, что современные иракские спутниковые каналы стали угрозой единству и выживанию Ирака, потому что большинство из них имеют ненавистную сектантскую ориентацию, а иногда и политические цели. Сегодняшние спутниковые каналы опасны, а культурные программы, которые транслируются, несут уличную культуру в дом, и таким образом продолжается цикл культурного и общественного упадка³.

Ирак, расположенный на перепутье между Востоком и Западом, обычно именуют колыбелью цивилизаций. Его уникальное культурное наследие отмечено весомым вкладом целого ряда государств, начиная с четвертого тысячелетия до нашей эры, в частности держав шумеров, вавилонцев, ассирийцев, ахеменидов и аббасидов.

Со времени войны в Персидском заливе в 1991 году культурное наследие Ирака существенно пострадало от длительного разграбления и запустения. Согласно своему конституционному мандату ЮНЕСКО тесно сотрудничала с иракскими властями в деле охраны и сохранения культурного наследия этой страны, что также затронуло вещательные сетки спутниковых каналов Ирака. Государственное радиовещание, включающее информационный блок, музыкальные, развлекательные и образовательные передачи, ведется круглосуточно. По государственному телевидению, работающему в основном в вечерние часы, демонстрируются программы местного и зарубежного производства. Киноиндустрия Ирака развита слабо: в среднем создается один полнометражный фильм в год. Популярностью у зрителей пользуются египетские, индийские, американские и итальянские кинофильмы.

Среди наиболее популярных спутниковых каналов с культурными программами «Багдад» (работает в основном с суннитскими регионами и финан-

² См.: Телевизионные культурные программы – это творческая, интеллектуальная сила, ждущая поддержки. URL: <https://www.albayan.ae/five-senses/east-and-west/2020-02-25-1.3787235> (дата обращения: 25.12.2022).

³ См.: В Ираке вещают 57 телеканалов: кто их финансирует, и как их смотрят? URL: <https://www.aljazeera.net/politics/2022/10/13/> (дата обращения: 25.12.2022).

сируется Исламской партией Ирака). Шиитские политические силы Верховного исламского совета Ирака контролируют три канала: два спутниковых – «Аль-Фурат» в Багдаде, «Аль-Нахрайн» в Аль-Куте и один наземный – «Аль-Гадир» в Наджафе.

Спутниковый канал «Аль-Фурат» предлагает большой выбор шиитских религиозных программ. В культурных шоу обсуждаются трудности, с которыми сталкиваются молодые иракцы, например расходы на свадьбу, финансовые льготы и другие социально значимые вопросы. Популярная независимая станция «Аль-Файхаа» начала вещание из Дубая, но в 2006 году обосновалась в Сулеймании, в Курдском автономном районе. Несмотря на резко поляризованную политическую среду, в вещательной сетке канала есть материалы, намеренно предназначенные для разрядки курдско-арабской напряженности в оспариваемых регионах. «Аль-Файхаа» в качестве целевой аудитории рассматривает курдов и арабов, говорящих на обоих языках, что позволяет осуществлять культурный обмен между носителями разных лингвокультур.

«Ас-Сумария» находится в Бейруте и отличается одним из самых объективных взглядов на иракском ТВ. Канал воздерживается от обсуждения эмоциональных и политических тем и ориентируется на трансляции культурных программ. Обращает на себя внимание вербальное оформление телевизионных передач этого направления: ведущие предпочитают максимально нейтральную лексику с точки зрения коннотативного потенциала. Например, журналисты называют павших сотрудников службы безопасности «мертвыми» (*qutla*), а не «мучениками» (*shuhada*), используют термин «вооруженные люди» (*musallahun*) для обозначения тех, кого все остальные называют террористами (*irhabiyyun*).

Отметим, что такие независимые каналы, как «Ад-Дияр» и «Ас-Сумария», редко показывают видеоизображения последствий суицидальных атак, при этом демонстрируют большой интерес к социальным и культурным проблемам.

При производстве развлекательных и культурных шоу заимствуются разнообразные дискурсивные и жанровые формы, в том числе зарубежные сериалы. Некоторые из популярных программ имеют нонконформистские черты и основаны на нынешних антигероях, например сериал «Ночные волки», в котором рассказывается о деяниях группы иракских похитителей. В других случаях сериалы такого формата ориентируются на трансформацию сознания общества. Дискурсивное воздействие сериалов на сознание населения закрепляет типизированные модели поведения различных лингвокультурных групп, усиливая тревожность и разрушая социокультурную стабильность в обществе. Особое влияние сериалы оказывают на молодежь и стариков, происходит переоценка ценностей в культурно-историческом срезе недавних событий, участниками и свидетелями которых они были.

В Ираке проживают различные этнические и религиозные группы населения, традиции которых оказали влияние на иракскую культуру. При этом мусульманское мироощущение и философия лежат в основе жизнедеятельности иракского общества. Тем не менее экспансия западных традиций особенно возросла в последние десятилетия. Важно отметить, что иракское телевидение не только использует зарубежные прототипы программ, но и подвержено влиянию крупных медийных каналов. В качестве примера можно назвать телерадиоканал «Аль-Мирбад», созданный в 2005 году корпорацией BBC

при финансовой поддержке Департамента международного развития британского правительства в Басре, центре южного региона Ирака. «Аль-Мирбад» фокусируется на культурных и социальных проблемах, транслируя различные передачи: от детских шоу до документальных фильмов об архитектуре. Кроме того, все программы производятся в Басре или ее окрестностях, что придает им уникальный южный колорит, который пользуется популярностью у многих местных жителей.

Самыми заметными культурно-просветительскими программами на иракском телевидении выступают «Тараб», «Ремикс 2», «Сабах Аль-Нур». Первая программа, представленная ливанским артистом Марваном Хури, пытается напомнить арабскому зрителю о ценностях аутентичной музыки. Во второй программе артист Хамза Намир исполняет как классические арабские песни, так и современные западные. «Сабах Аль-Нур» – трехчасовая утренняя программа в прямом эфире, где ведущие затрагивают самые различные темы (искусство и творчество, технологический прогресс, повседневные вопросы). И хотя культурные программы присутствуют на спутниковых каналах, их количество, формат и дискурсивное наполнение далеки от того, чтобы претендовать на эффективное решение проблем, которые были отмечены. Поэт и медийный деятель Адель Хузам объясняет основную причину минимизации культурных программ технической слабостью отрасли. Кроме того, подчеркивается наличие проблем в интеллектуальной, философской, материальной и административной сферах. Отмечается недостаточное количество исследований в данной области как на арабском, так и на международном уровнях. Адель Хузам говорит о деградации мировой культуры, приводящей к культурный упадку в медиапространстве и объясняющей нехватку качественных культурных программ в мире, в том числе и в арабских странах.

Таким образом, обзор основных телевизионных иракских каналов показал, что все они остаются политизированными и минимизируют эфирное время для культурных программ, которые могли бы способствовать моральному оздоровлению нации, поскольку именно такая потребность отмечается в иракском обществе в сложившихся культурно-исторических и социально-политических условиях. Массовая коммуникация является воплощением культуры общества, выражением его ценностей и стандартов, сформированных в сознании граждан Ирака. В связи с этим можно выделить значимую тенденцию в развитии иракского телевидения в эпоху цифрового спутникового вещания – перспективный культурный тренд в медиаполитике.

Заключение

В настоящее время иракское медиапространство одно из самых разнообразных в арабоязычном мире. Телевидение Ирака было свидетелем крупных политических и социальных событий, начиная с монархии и республики. В современном мире переломным моментом стал 2003 год, когда Багдад был оккупирован США и начал ретрансляцию. В ходе исследования установлено, что культурные программы присутствуют на арабских спутниковых каналах, но доминируют политизированные форматы. Это порождает проблему: несмотря на важность культурных телепередач в формировании лингвокультурных смыслов, основ национальной идентичности, гордости за свою страну, их развитию и продвижению уделяется мало внимания.

Сегодня телевидение остается важным средством, через которое различные группы, политические течения и организации транслируют свои стремления и интересы на широкую аудиторию. Спутниковое телевидение в Ираке остается инструментом в руках политиков, но также и сферой для ведения просветительской деятельности, что находит отражение в культурных программах. Обнаружено, что современные культурные программы иракского ТВ отражают историческое развитие страны политизировано, обесценивая социальные традиции и нормы. Тем не менее в программах иракского спутникового ТВ наблюдается и новый культурный оптимистичный вектор развития медиадискурса.

Список литературы

- Бассам А.Х., Ржанова С.А. Телевидение Ирака: время медийных технологий // Казанская наука. 2017. № 4. С. 40–42.
- Волкова И.И., Лазутова Н.М. Экранные массмедиа и экология человека: от зачарования к присоединению // Вестник Оренбургского государственного университета. 2017. № 12 (212). С. 106–111. <https://doi.org/10.25198/1814-6457-212-106>
- Гладко М.А. Взаимодействие тематических доминант рекреативности в информационном теледискурсе // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2. Языкознание. 2022. Т. 21. № 5. С. 118–131. <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.5.11>
- Губанова Г.И., Эзеддин М. Каналы на арабском в современном медиапространстве // Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации (Социальный инженер – 2020): Всероссийская конференция молодых исследователей с международным участием: сборник материалов. Ч. 1. М.: РГУ имени А.Н. Косыгина, 2020. С. 274–278.
- Джасим Ф.Д. Иракское телевидение: современный пейзаж // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика, 2009. № 2. С. 140–144.
- Дубова Ю.С. Информационное пространство арабо-мусульманского мира: аспекты взаимодействия и противоборства // Таврический научный обозреватель. 2016. № 11 (16). С. 233–241.
- Желтухина М.Р., Доронина И.М. Современные проблемы редактирования телевизионных титров медиаадресата // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2018. Т. 30. № 2. С. 14–23. [https://doi.org/10.29025/2079-6021-2018-2\(30\)-14-23](https://doi.org/10.29025/2079-6021-2018-2(30)-14-23)
- Трофимова Г.Н. Гримасы отражения информации в цифровом зеркале: эффект бумеранга // Журналистика – Медиалогия – Наставничество: материалы международной научно-практической конференции. Минск: БГУ, 2021. С. 109–114.
- Уразова С.Л. Цифровое телевидение в поиске семантического прогнозирования // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2018. № 6. С. 235–253. <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.6.2018.235253>
- Arisoy C. Turkish series: products of popular culture and tools for inclusive globalization // Online Journal of Communication and Media Technologies. 2016. Vol. 6. No. 1. Pp. 129–142. <https://doi.org/10.29333/ojcm/2543>
- Ayish M. Political communication on Arab world television: evolving patterns // Political Communication. 2002. No. 19. Pp. 137–154. <https://doi.org/10.1080/10584600252907416>
- Bati U., Atici B. A thematic content analysis concerning the emotional message repertory of the TV commercials of the products directed at the young target audience // Online Journal of Communication and Media Technologies. 2016. Vol. 6. No. 2. Pp. 1–19. <https://doi.org/10.29333/ojcm/2544>
- Ditlhokwa G. Health information and social inclusion of women during COVID-19: exploring Botswana television's functionalist communication strategy // Online Journal of Communication and Media Technologies. 2022. Vol. 12. No. 3. <https://doi.org/10.30935/ojcm/12169>

- Kraidy M. Reality television and politics in the Arab world // *Transnational Broadcasting Studies*. 2005. Vol. 15. URL: https://repository.upenn.edu/asc_papers/303 (accessed: 29.08.2022)
- Loads M. Engaging audiences through multi-platform television: Danger-5 and the Diamond Girls // *Online Journal of Communication and Media Technologies*. 2022. Vol. 12. No. 4. <https://doi.org/10.30935/ojcm/12450>
- Lynch M. Beyond the Arab street: Iraq and the Arab public sphere // *Politics and Society*. 2003. Vol. 31. No. 1. P. 55–91. <https://doi.org/10.1177/00323292022501>
- Olowe T.S., Esiti B.G. Cultural value orientations and satellite television preference in Nigeria // *International Journal of Business and Management Review*. 2020. Vol. 8. No. 2. Pp. 1–36. <https://doi.org/10.37745/ijbmr.vol8.no2.p1-36.2020>
- Rugh W.A. Arab mass media. Greenwood Publishing Group, 2004. 280 p.
- Senthilkumar N., Venkatesh S. Impact of television media in influencing consumer buying behaviour through humorous advertisements // *Online Journal of Communication and Media Technologies*. 2017. Vol. 7. No. 2. Pp. 71–95. <https://doi.org/10.29333/ojcm/2592>
- Volkmer I. Satellite cultures in Europe: between national spheres and a globalized space // *Global Media and Communication*. 2008. Vol. 4. No. 3. Pp. 231–244. <https://doi.org/10.1177/1742766508096079>
- Woo-Hyun W. The social and cultural impact of satellite broadcasting in Korea // *Media Asia*. 1993. Vol. 20. No. 1. Pp. 15–20. <https://doi.org/10.1080/01296612.1993.11726401>
- Zheltukhina M.R., Busygina M.V., Merkulova M.G., Zyubina I.A., Buzinova L.M. Linguo-pragmatic aspect of modern communication: main political media speech strategies and tactics in the USA and the UK // *XLinguae*. 2018. Vol. 11. No. 2. Pp. 639–654.

References

- Arisoy, C. (2016). Turkish series: Products of Popular culture and tools for inclusive globalization. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 6(1), 129–142. <https://doi.org/10.29333/ojcm/2543>
- Ayish, M. (2002). Political communication on Arab world television: Evolving patterns. *Political Communication*, (19), 137–154. <https://doi.org/10.1080/10584600252907416>
- Bassam, A.H., & Rzhanova, S.A. (2017). Television of Iraq: The time of media technologies. *Kazanskaya Nauka*, (4), 40–42. (In Russ.)
- Bati, U., & Atici, B. (2016). A thematic content analysis concerning the emotional message repertory of the TV commercials of the products directed at the young target audience. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 6(2), 1–19. <https://doi.org/10.29333/ojcm/2544>
- Ditlhokwa, G. (2022) Health information and social inclusion of women during COVID-19: Exploring Botswana television’s functionalist communication strategy. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 12(3), e202219. <https://doi.org/10.30935/ojcm/12169>
- Dubova, Yu.S. (2016). The information space of the Arab-Muslim world: Aspects of interaction and confrontation. *Tavrichesky Nauchny Observer*, 16(11), 233–241. (In Russ.)
- Dzhasim, F.D. (2009). Iraqi television: The modern landscape. *Proceedings of Voronezh State University. Series: Philology. Journalism*, (2), 140–144. (In Russ.)
- Gladko, M.A. (2022). Synergy of recreation thematic dominants in news TV discourse. *Science Journal of Volgograd State University. Linguistics*, 21(5), 118–131. (In Russ.) <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.5.11>
- Gubanova, G.I., & Ezzeddin, M. (2020). Channels in Arabic in the modern media space. *Social and Humanitarian Problems of Education and Professional Self-Realization (Social Engineer – 2020): Collection of Materials (part 1, pp. 274–278)*. Moscow: RGU named after A.N. Kosygin Publ. (In Russ.)
- Kraidy, M.M. (2006). Reality television and politics in the Arab world: Preliminary observations. *Transnational Broadcasting Studies*, (15). Retrieved August 29, 2022, from https://repository.upenn.edu/asc_papers/303

- Loads, M. (2022). Engaging audiences through multi-platform television: Danger-5 and the Diamond Girls. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 12(4), e202231. <https://doi.org/10.30935/ojcm/12450>
- Lynch, M. (2003). Beyond the Arab street: Iraq and the Arab public sphere. *Politics & Society*, 31(1), 55–91. <https://doi.org/10.1177/00323292022501>
- Olowe, T.S., & Esiti, B.G. (2020). Cultural value orientations and satellite television preference in Nigeria. *International Journal of Business and Management Review*, 8(2), 1–36. <https://doi.org/10.37745/ijbmr.vol8.no2.p1-36.2020>
- Rugh, W.A. (2004). *Arab mass media*. Greenwood Publishing Group.
- Senthilkumar, N., & Venkatesh, S. (2017). Impact of television media in influencing consumer buying behaviour through humorous advertisements. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 7(2), 71–95. <https://doi.org/10.29333/ojcm/2592>
- Trofimova, G.N. (2021). Grimaces of information reflection in digital mirror: Boomerang effect. *Journalism – Medialogy – Mentoring: Materials of the International Scientific and Practical Conference* (pp. 109–114). Minsk: BSU Publ. (In Russ.)
- Urazova, S.L. (2018). Digital television in search of semantic prediction. *Bulletin of Moscow University. Series 10: Journalism*, (6), 235–253. (In Russ.) <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.6.2018.235253>
- Volkmer, I. (2008). Satellite cultures in Europe: Between national spheres and a globalized space. *Global Media and Communication*, 4(3), 231–244. <https://doi.org/10.1177/1742766508096079>
- Volkova, I.I., & Lazutova, N.M. (2017). Screen mass media and human ecology: From enchantment to joining. *Vestnik of the Orenburg State University*, 212(12), 106–111. (In Russ.) <https://doi.org/10.25198/1814-6457-212-106>
- Woo-Hyun, W. (1993). The social and cultural impact of satellite broadcasting in Korea. *Media Asia*, 20(1), 15–20. <https://doi.org/10.1080/01296612.1993.11726401>
- Zheltukhina, M.R., & Doronina, I.M. (2018). Modern problems of television titles editing of the media addressee. *Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics*, 30(2), 14–23. (In Russ.) [https://doi.org/10.29025/2079-6021-2018-2\(30\)-14-23](https://doi.org/10.29025/2079-6021-2018-2(30)-14-23)
- Zheltukhina, M.R., Busygina, M.V., Merkulova, M.G., Zyubina, I.A., & Buzinova, L.M. (2018). Linguopragmatic aspect of modern communication: Main political media speech strategies and tactics in the USA and the UK. *XLinguae*, 11(2), 639–654.

Сведения об авторах:

Желтухина Марина Ростиславовна, профессор, доктор филологических наук, профессор кафедры английской филологии, Волгоградский государственный социально-педагогический университет, Российская Федерация, 400005, Волгоград, пр-кт Ленина, д. 27. ORCID: 0000-0001-7680-4003. E-mail: zzmr@mail.ru

Радхи Вазир Сафаа, аспирант, кафедра массовых коммуникаций, Российский университет дружбы народов, Российская Федерация, 117198, Москва, Миклухо-Маклая, д. 10, корп. 2. ORCID: 0000-0002-8282-5246. E-mail: 1042215304@rudn.ru

Bio notes:

Marina R. Zheltukhina, Professor, Doctor of Philology, Professor of the Department of English Philology, Volgograd State Socio-Pedagogical University, 27 Prospekt Lenina, Volgograd, 400005, Russian Federation. ORCID: 0000-0001-7680-4003. E-mail: zzmr@mail.ru

Wazir S. Radhi, PhD student, Department of Mass Communication, Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University), 10 Miklukho-Maklaya St, bldg 2, Moscow, 117198, Russian Federation. ORCID: 0000-0002-8282-5246. E-mail: 1042215304@rudn.ru



НОВЫЕ МЕДИА
NEW MEDIA

DOI 10.22363/2312-9220-2023-28-1-132-136
EDN: KGNDVI
UDC 070

**The passion to the human – and other neurochallenges
of modern communication:
an interview with Professor Julien Intartaglia**

Article history: submitted October 29, 2022; revised November 5, 2022; accepted November 30, 2022.

For citation: Shilina, M.G., & Intartaglia, J (2023). The passion to the human – and other neurochallenges of modern communication: An interview with Professor Julien Intartaglia. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 28(1), 132–136. <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2023-28-1-132-136>

**Страсть к человеку и другие нейропроблемы
современных коммуникаций:
интервью с профессором Жюльеном Интарталья**

История статьи: поступила в редакцию 29 октября 2022 г.; отрецензирована 5 ноября 2022 г.; принята к публикации 30 ноября 2022 г.

Для цитирования: *Shilina M.G., Intartaglia J.* The passion to the human – and other neurochallenges of modern communication: an interview with Professor Julien Intartaglia // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2023. Т. 28. № 1. С. 132–136. <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2023-28-1-132-136>

– Professor Intartaglia, as one of the leading European researchers and practitioners in the field of cognitive communication, you are always among the first to find and solve the most significant problems in modern communication. What do these newest changes mean for researchers of cognitive communication?

– After the Covid-19, traditional media are experiencing an unprecedented crisis. According to Edelman's Trust Barometer (2021), for 59% of peoples surveyed, journalists and reporters try to mislead peoples by saying things they know to be false or exaggerated.

© Shilina M.G., Intartaglia J., 2023



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

In addition, they encounter some issues to reach younger generations (Z, Delta etc.) since they learn via digital – through social medias for instance. According to some professionals (e.g. BFM TV, 2022), it seems that TikTok is for example used as a search engine instead of Google. Also YouTube has become the first audiovisual media for young peoples.

This observation brings us back to the Chomsky & Herman's works (2008) who demonstrated that the media were at the service of a power in place, and that there was an information crisis. In this context, alternative media are emerging with independent journalists on platforms such as YouTube, thus avoiding any dogmatic and religious vision of thoughts.

Within a marketing context, some brands are adopting a moralistic posture with the aim of making the consumer feel guilty about what they are consuming and their impact on environment, while they are promoting the solution: new products acceptable in this well-thinking society even though they aren't scientific proved (for example, the electric car sold as a solution for the mobility of peoples).

It seems that consumers' free-will is an illusion as Libet's experiment demonstrated that in the past!

– You are the author of scientific researches (and bestsellers) of cognitive aspects of advertising and marketing, which are published almost every year to reflect rapid changes. How would you describe the main scientific problems in this field today?

– The main issue in advertising is the consumer's attention. The boss of French channel TF1 Patrick Lelay used to say that the purpose of a media is to sell available brain time. In a context of continuous flow of information, the problem has accelerated since we are exposed from morning to evening to 10,000 advertising contacts!

How can brands still emerge in a market in which products are all the same, or product benefits are no longer perceptible by the consumer? Current research in neuroscience applied to advertising allows us to understand more precisely how consumers process information and how they make decisions. Thus, 21st century communication is moving more towards objective ad's effectiveness and it will rely more on consumer brain deeper understanding!

– To what extent are cognitive research and projects interdisciplinary today? Has this direction been formed as an independent one in science?

– Understanding consumer behavior means taking into consideration knowledges coming from several disciplines (psychology, sociology, neurosciences, marketing, etc.). I often explain that the consumer is like a black box in a plane... We are not born consumers, we become consumers. We are the result of socio-cultural contexts, we belong to various groups such as family, friends, and schools etc., which will impact our consumption choices and determine who we are.

In addition, we are psychologically different, obstacles and motivations are not the same for the same product category for instance. Our relationship to the world, to objects is different. Cognitive psychology and neuroscience provide insights into the mechanisms of influence, which are mainly unconscious!

In the implicit project at Harvard, I like to quote the fact that 95% of our thoughts, judgments are mainly acquired unconsciously. This is yet another challenge of modern communication: understanding these knowledge and using it to sell, seduce, persuade for commercial, politics purposes and so on... Otherwise, working on customer behavior means taking an interest in humans to understand them in their routines and habits because we are behaving ourselves automatically, just using our reflexes and our beliefs.

– ***Cognitive research is tech driven “by origin”. How do new technologies, the Data Turn and global datafication affect communication (for example, creating a portrait of the audience, evaluating effectiveness, etc.) and its research?***

– Indeed, technologies allow us to go deeper in our investigations but that's not all. We must not forget that behind a research, there is a researcher and a team with values, with cognitive biases that make the research “weak” in terms of the interpretations that can be made of the results.

As far as I am concerned, I am quite a fan of portable tools used in neuro-marketing such as eye tracking (consumer's attention), electroencephalogram (EEG for emotion's tracking), skin conductance for physiological parameters.... But as I say, these tools do not represent much without human intelligence that will be nourished by knowledge from the disciplines I described above (psychology, sociology, neurosciences, marketing, etc.).

At the Institute ICME at HEG Arc Neuchâtel in Switzerland, we are specializing in the analysis of consumer's attention and emotions and especially the understanding of human behavior. We carry out a large amount of applied research for companies, NGOs, which requires us to be pragmatic and therefore to go beyond the limits of academic work (student recruitment, experimental products, etc.).

– ***Nobel laureates Daniel Kahneman and Amos Tversky essentially investigated the mechanisms of decision-making by an economic person in the context of various sciences. Today, it's the main problem for researchers and pros of mass communication. Professionals are moving from ‘hard’ FOMO marketing to ‘soft’ nudge communication. Which model works best in crisis?***

– There are two scenarios. Either we emerge because we have money and we have significant media pressure with a high degree of repetition, or we emerge with a disruptive approach and we are able to surprise our audience!

Afterwards, Kahneman's work finally teaches us that we are human beings with automatic behaviors. We mainly use our system 1 – the fast thinking way. We are more emotional than rational! Another challenge lies into the understanding of the nature and the source of our behavioural reflexes.

Our habits take years to be built, so we have to be patient to change behaviors. Nudge is an interesting approach to enter into a soft and light persuasion in appearance.

– ***Today, the main ‘hero’ of mass communication and marketing, and its research is the audience, or rather, a specific person. How to describe the portrait of a modern prosumer?***

– Indeed, nowadays, the consumer can be both a consumer of goods and a producer of content through social medias for example. After that, we must not forget

that we are programmed to consume rather than to create content in this consumption's society.

Everything is done to titillate our reward circuit, to play on our desires, avoiding us to think, make us to consume more and more entertainment. The brain area called “striatum” plays an essential role since it is defined as a motivation center involved in anticipating or providing desire and pleasure.

As Seth Godin mentions, our world is made up of tribes of citizens, consumers! Each of these tribes has its own logic of operation and its members have common and individual characteristics. As marketing researchers, we have to give greater understanding of these tribes in terms of media habits, information processing and buying decision process. That's a big challenge since we are so different!

– *Your research and projects are always distinguished by a high level of social engagement – unlike most projects labeled as “neuromarketing” ones.*

– How do I choose a research project? I'm just open-minded... There is nothing that scares me in terms of research. I like to get out of my comfort zone in order to launch a project, for example using a new tool in neuroscience with an expert integrated into our team for this specific mandate. Then we get new applied knowledge dedicated to others mandates or researches in the future and it's amazing!

The world in which we live has become so complex, that I am trying on my humble level to understand it and it goes through once again by reading, developing new knowledges and competences. In our Institute at the business school of administration in Neuchâtel, we are conducting several studies in various markets: for instance a national insurance company trying to measure their national ad campaigns on TV, billboards, social medias; a national health project about the impact of social media on young consumers food habits and behaviors; a study about car's consumers in Switzerland (habits, behavior), etc.

– *A successful researcher of communication is always associated not only with great technology but with a person. What qualities should a scientist in the field of cognitive science have?*

– I will give some key words to be a researcher on consumer behavior: the passion of the human in the sense of understanding it and never taking it for granted, being patient because behavioral changes take time, being able to think and thinking outside the box, stay open-minded and don't put up barriers... and read as much as possible in various fields!

My ambition is to position my research in public health affairs (tobacco, alcohol, nutrition, climate, etc.) because there are BIG challenges to come, particularly on the dimension of changing behaviors more sustainably towards the well-being of individuals.

In my latest book *Neuro-communication: Le cerveau sous influence* published in April 2022, I propose a new model of persuasion based on 4 powerful mechanisms that makes anyone do or think anything even though peoples aren't aware of what it make them to think or behave in this way...

Interviewed by Marina G. Shilina / Интервью провела М.Г. Шилина

Bio notes:

Marina G. Shilina, Professor, Plekhanov Russian State University of Economics, 36 Stremyanny Pereulok, Moscow, 117997, Russian Federation; Lomonosov Moscow State University, 1 Leninskie Gory, Moscow, 119991, Russian Federation. ORCID: 0000-0002-9608-352X. E-mail: marina.shilina@gmail.com

Julien Intartaglia, Doctor in Sciences of Information and Communication (University of Aix-Marseille, France), Dean of the Institute of Communication and Experiential Marketing (ICME), Business School of Administration in Neuchâtel in Switzerland. He specialized in the study of mechanisms of advertising's influence on consumer's attitudes and behaviors, young consumers in particular. Expert in corporate communication, he worked in various advertising agencies, before starting a new position as market researcher in Geneva. The author of more than 100 professional and scientific publications and participates in international conferences; his last book *Neuro-Communication: Le Cerveau Sous Influence* (2022). He runs a YouTube channel called *Brain & conso* and a TikTok account dedicated to news, communication, marketing.

Сведения об авторах:

Шилина Марина Григорьевна, профессор Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, Российская Федерация, 117997, Москва, Стремянный пер., д. 36; Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Российская Федерация, 119991, Москва, Ленинские горы, д. 1. ORCID: 0000-0002-9608-352X. E-mail: marina.shilina@gmail.com

Интарталья Жюльен, доктор наук в области информации и коммуникаций (Университет Экс-Марсель, Франция), декан Института коммуникаций и эмпирического маркетинга (ICME), Бизнес-школа управления в Невшателе, Швейцария. Специализируется на изучении механизмов влияния рекламы на установки и поведение потребителей, в частности молодежи. Работал в различных рекламных агентствах как эксперт по корпоративным коммуникациям. Является участником ведущих международных конференций. Автор более 100 профессиональных и научных публикаций; последняя книга «Нейрокоммуникации: мозг под влиянием» (2022). Ведет канал Brain & conso на YouTube и аккаунт в TikTok, посвященный новостям, общению и маркетингу.



МЕДИАПОЛИТИКА MEDIA POLICY

DOI 10.22363/2312-9220-2023-28-1-137-145
EDN: K TICQW
УДК 82.01

Научная статья / Research article

Конспирология как ARG: медийно-игровая сущность QAnon

Л.О. Алгави¹, Г.А. Будцов¹, Г.С. Ковалев¹, Н. Скворцова^{1,2}

¹Российский университет дружбы народов,
Российская Федерация, 117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 10, корп. 2

²Грузино-российский общественный центр имени Е.М. Примакова,
Грузия, Тбилиси, ул. Баку, д. 2

 algavi-lo@rudn.ru

Аннотация. Приводятся результаты сравнительного анализа функциональных особенностей теории QAnon и концептуальных признаков ARG (игры в альтернативной реальности). Признаки ARG обозначены и представлены как элементы эталонной игровой модели, базы для сравнения. Обнаружено, что конспирологическая теория QAnon, история возникновения и особенности развития которой прослежены авторами, имеет синтетическую природу: присутствуют элементы ARG, но в измененном виде, трансформирующем роли разработчиков и участников. Визуализирована квестовая структура QAnon, описан игровой процесс, построенный на переживании состояния апофении – болезненном поиске связи между случайными явлениями или событиями. Выявлена схожесть QAnon с религией и одновременно политической идеологией, опирающейся на механику игры, что объясняет ее взрывную популярность. Актуальность темы обусловлена стабильным ростом количества конспирологических теорий и их последователей с начала пандемии Covid-19 на фоне недоверия аудитории к средствам массовой информации. Показано, каким образом QAnon, не будучи по своей сути игрой в альтернативной реальности, но применяя игровые технологии и эсхатологические нарративы о Великой скорби и Судном дне, достигает высокой эффективности по формированию общественного мнения.

Ключевые слова: теории заговора, политика, игры, альтернативная реальность, апофения, игровая механика, This Is Not A Game, TINAG

Благодарности и финансирование. Авторы выражают благодарность за помощь в подготовке статьи доктору филологических наук Ирине Ивановне Волковой, кандидату филологических наук Шуанат Набиевне Кадыровой, директору НКО «Альянс грузинских студентов и выпускников вузов стран постсоветского пространства – Кера» Нине Габуня.

© Алгави Л.О., Будцов Г.А., Ковалев Г.С., Скворцова Н., 2023



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

Вклад авторов. Л.О. Алгави – концепция и программа исследования, анализ полученных данных, администрирование проекта, написание исходного текста. Г.А. Будцов – анализ материалов, написание текста. Г.С. Ковалев, Н. Скворцова – сбор, обработка и проверка материалов.

Заявление о конфликте интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

История статьи: поступила в редакцию 11 октября 2022 г.; отрецензирована 5 ноября 2022 г.; принята к публикации 29 ноября 2022 г.

Для цитирования: Алгави Л.О., Будцов Г.А., Ковалев Г.С., Скворцова Н. Конспирология как ARG: медийно-игровая сущность QAnon // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2023. Т. 28. № 1. С. 137–145. <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2023-28-1-137-145>

Conspiracy as ARG: media and game essence of QAnon

Leyla O. Algavi¹✉, Gregory A. Budtsov¹📧,
Georgy S. Kovalev¹📧, Nino Skvortsova^{1,2}📧

¹*Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University),
10 Miklukho-Maklaya St, bldg 2, Moscow, 117198, Russian Federation*

²*E.M. Primakov Georgian-Russian Public Center,
2 Baku St, Tbilisi, Georgia*

✉ algavi-lo@rudn.ru

Abstract. The results of a comparative analysis of the functional features of the QAnon theory and the conceptual signs of ARG (games in alternative reality) are displayed. The signs of ARG are designated and given as elements of the reference game model, the basis for comparison. The authors found that the QAnon conspiracy theory, the history of its emergence and development features is of a synthetic nature: ARG elements are present in modified form. They transform the roles of developers and participants. The QAnon quest structure was visualized, the gameplay based on experiencing the state of apophenia – a painful search for a connection between random phenomena or events – was described. The similarities of QAnon with religion and at the same time political ideology based on the mechanics of the game were identified, which explains its popularity. The relevance of the topic is due to the steady growth in the number of conspiracy theories and their followers since the beginning of the Covid-19 pandemic against the backdrop of audience distrust in the media. The authors demonstrate how QAnon, not being essentially a game in an alternative reality, but using game technologies and eschatological narratives about the Great Tribulation and Judgment Day, achieves high efficiency in shaping public opinion.

Keywords: conspiracy theories, politics, alternate reality games, apothenia, game mechanics, This Is Not A Game, TINAG

Acknowledgements and Funding. The authors would like to thank Irina Volkova, Ph.D. in Philology, Shuanat Kadyrova, Ph.D. in Philology, and Nina Gabunia, Director of the NGO “Alliance of Georgian Students and Graduates of Post-Soviet States – Kera”, for their assistance in preparing this article.

Authors' contribution. Leila O. Algavi – research concept and program, data analysis, project administration, writing – original draft. Grigory A. Budtsov – analysis of materials, writing the text. Georgy S. Kovalev, Nino Skvortsova – collection, processing and verification of materials.

Conflicts of interest. The authors declare that there is no conflict of interest.

Article history: submitted October 11, 2022; revised November 5, 2022; accepted November 29, 2022.

For citation: Algavi, L.O., Budtsov, G.A., Kovalev, G.S., & Skvortsova, N. (2023). Conspiracy as ARG: Media and game essence of QAnon. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 28(1), 137–145. (In Russ.) <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2023-28-1-137-145>

Введение

Статью хотелось бы начать сразу с вывода, к которому авторы пришли в ходе совместного исследования: QAnon имеет ряд функциональных и принципиальных характеристик, схожих с играми в альтернативной реальности. Это позволяет конспирологической теории, «неудобному, но неизбежному попутчику реальной политики» (Кунычиков, 2008), вовлекать в коммуникативный процесс большое количество участников, длительно удерживать их внимание, формировать общественное мнение в отношении реальных событий, инициировать активность в политико-экономической деятельности.

QAnon (QA) является конспирологической теорией, поэтому обозначим наши исследовательские позиции, строящиеся на теоретических разработках предшественников, изучавших легитимные модели объяснения непонятого в контексте феномена конспирологии.

I. Теории заговора не равны заговорам. Заговор – это реальное тайное соглашение двух или более людей, планирующих и осуществляющих определенные действия. Теории же заговора – это мыслительные конструкции, основанные на конспирологическом мировоззрении. Конспирологическое мировоззрение, по справедливому замечанию американского религиоведа и политолога Майкла Баркуна, допускает, что вселенная управляема, что отражено в трех принципах:

1. Ничего не происходит случайно. Теории заговора подразумевают мир, основанный на преднамеренности, из которого удалены случайности и совпадения. Все, что происходит, происходит потому, что это было сделано по чьей-то воле.

2. Все не так, как кажется. Например, кажущаяся невинность не гарантирует того, что отдельный человек или группа действительно безобидны.

3. Все связано. Раз случайностей не существует, связи можно найти повсюду, хотя они и скрыты. Следовательно, сторонник теории заговора должен постоянно соотносить и сопоставлять факты и события, чтобы распознать закономерности и скрытые связи между никак, на первый взгляд, не связанными или случайными вещами (Barkun, 2013).

II. Мыслительные конструкции формализуются в виде нарративов-историй: люди не просто рассказывают, а интерпретируют общественно значимые события, определенные исторические явления и даже ход истории в целом. Содержание конспирологических нарративов, как правило, имеет предсказуемые элементы. Всегда есть некая группа, которая желает ниспровергнуть существующий порядок в надежде установить новый. Для этого

у группы есть тайный план, четкий, детальный, но зловещий. Результатом реализации этого плана становятся самые разные политические, экономические, социальные кризисы. Ухудшение положения и появление «новой нормальности» (Шилина, 2022; Шилина, Волкова, 2022) является неизменным элементом конспирологического нарратива (Яблоков, 2020).

3. Конспирологические нарративы, как и нарративы вообще, могут быть адаптированы для разных форматов, в том числе для мемов, компьютерных игр, кинофильмов, книжных романов. Отметим, что конспирологические теории часто сравнивают с играми (Kattan, Vigdor, 1996; Sunstein, Vermeule, 2008; Brett, 2021). Они задействуют гейм-механику игр в альтернативной реальности (ARG), ролевых онлайн-игр (RP), ролевых игр живого действия (LAPR) и, следовательно, порождают ощущение игры.

Методология

Для того чтобы понять является ли QA игрой в альтернативной реальности, нам необходимо было обнаружить существенные признаки ARG, которые выделяют ее из множества других игр.

Игра в альтернативной реальности – это трансмедийное интерактивное повествование, рассказ истории, которую изменяют игроки, действующие в реальном мире. Один из важнейших принципов игр в альтернативной реальности – This Is Not A Game (TINAG, «Это не игра»). Согласно этому принципу, игра не должна восприниматься как игра. Телефонные номера или домены сайтов, упоминаемые в ARG, существуют в реальности, участники игры не обладают специальным игровым пространством и не знают правил игры. Развитие действия достигается путем проб и ошибок (Szulborski, 2005).

Игроков от разработчиков (создателей) игры в ARG отделяет своеобразный занавес. Участники не должны понимать, что играют. Это отличает ARG от ролевых игр в городе, где игроки знают, что принимают участие именно в игровом процессе.

Контроль над игрой осуществляется непосредственно разработчиками. Это отличает игры в альтернативной реальности от видеоигр. Хотя персонажи игры интегрированы в повествование в реальном мире, у игроков есть возможность взаимодействия через интернет, разработчики могут помогать в решении задач и головоломок. Участники ARG могут собираться в каком-то конкретном месте для получения информации или для ее проверки (Moula, Malafantis, 2009).

Участниками ARG становятся люди, которые заметили загадку или головоломку в реальности, оставленную мастером игры («кукловодом»). Такие загадки называются «кроличьими норами», что отсылает к приключениям Алисы в Стране Чудес.

«Кукль» (участники ARG) движутся по игре, взаимодействуя с текстами и подсказками. Таким образом, нитями, соединяющими кукловода и игроков, являются тексты и действия. При этом игроки и сами влияют на игровой процесс, побуждая «кукловода» выбирать те или иные решения (Palmer, Petroski, 2016).

Полная свобода действий дает разработчикам возможность для экспериментов, поэтому существуют частные компании, специализирующиеся на разработке игр в альтернативной реальности.

Итак, сначала мы выделили существенные признаки ARG:

1. Принцип TINAG.
2. Игровая механика (отправитель, побуждение, сообщество).
3. «Кроличья нора».
4. «Кукловоды».

Затем была проведена проверка: обладает ли изучаемая конспирологическая теория этими признаками и как они проявлялись в процессе развития QA.

Обсуждение и результаты

Конспирологическая теория QAnon началась с постов в теме Mueller investigation («Расследование Мюллера») 28 октября 2017 года в подразделе /pol/ (politically incorrect – политнекорректность) англоязычного имиджборда и анонимного веб-форума 4chan, когда некто под ником Q Clearance Patriot (сокращенно – Q, этой буквой обозначается доступ к секретным правительственным документам США) начал публиковать серию загадочных сообщений под общим названием «Затишье перед бурей». Его первый пост, который теперь цитируется большинством исследователей, звучал следующим образом: «Приказ об экстрадиции Хилари Клинтон, начиная со вчерашнего дня, действует в нескольких странах на случай попытки бегства через границу. Паспорт на особом контроле с 12:01 ночи 30 октября. Ожидаются массовые беспорядки противников и другие попытки бегства из США. Операцию проведут Вооруженные силы США, Национальная гвардия приведена в полную боевую готовность. Доказательство: ночью 30 октября найдите бойца нацгвардии в любом из крупных городов и спросите, находится ли он на боевом дежурстве»¹.

Загадочный Q не сразу завоевал интерес и доверие участников форума. При всей нелюбви к Хиллари Клинтон и ее окружению многие отмахнулись от первого поста, кто-то посмеялся над автором, кто-то согласился, что было бы неплохо, если бы ее упекли в Гуантанамо, припомнив продажу в 2007–2010 годах урановых активов США российской компании. Q публикует второй пост, где вспоминает об операции ЦРУ Mockingbird («Пересмешник») 1950-х годов по воздействию на СМИ, в результате которой американские журналисты начали сотрудничать с ЦРУ в пропагандистских целях. Q намекает, что средствам массовой информации США доверять нельзя. Пост содержал вопросы и рекомендации, побуждающие к действию. Например: «Где Хума²? Следите за Хумой!», «Почему Президент окружил себя генералами?»³. Участники форума начали искать ответы, постепенно погружаясь в воображаемую историю.

Решение опубликовать сообщение в /pol/ 4chan не было случайностью. Во-первых, этот раздел посвящен обсуждению политических новостей. Во-вторых, пользователи 4chan известны своей поддержкой Дональда Трампа. В-третьих, теории заговора на 4chan пользовались большой популярностью с момента основания, например многие пользователи сайта уверены,

¹ Muller Investigation – 4chan. Retrieved March 23, 2022, from <https://archive.4plebs.org/pol/thread/146981635>

² Абедин Хума – помощница Хиллари Клинтон.

³ Muller Investigation – 4chan.

что теракт 11 сентября 2001 года был организован правительством США. Таким образом, любовь участников форума к конспирологии, их поддержка Дональда Трампа делала /pol/ идеальной площадкой для расположения «кроличьей норы» – точки входа для «игрока», метафорической двери, открывающей проход из реального мира в вымышленный.

Основная функция кроличьей норы – ввести человека в «игровой процесс» (Jones, 2008, p. 23). В классических ARG кроличьи норы замаскированы так, чтобы игроки могли сами их найти: при таком условии игровой процесс становится интереснее. «Норой» может быть что угодно, начиная от зашифрованного сообщения на сайте, заканчивая присланным от неизвестного пользователя электронным письмом.

В QA множество точек входа, но если в классических играх в альтернативной реальности кроличьи норы – это головоломки или загадки, имеющие решения, то внутри QA «игроки» пытаются найти ответы, которых либо нет вовсе, либо их бесконечное множество. Другая особенность кроличьих нор в QA – их спонтанный, незапланированный характер. Ведь, в сущности, точкой входа может стать практически любой интернет-контент. Так, например, 29 марта 2021 года в твиттере стратегического командования ВС США появилось сообщение с загадочным содержанием ;l;gmlxzssaw. Естественно, оно привлекло внимание большого числа конспирологов, в том числе и сторонников QA. Один из пользователей воспользовался криптографическим расшифровщиком, и одним из вариантов расшифровки был текст «Q ОПРАВДАН»⁴.

Это дает нам основание предположить, что последователи сами выбирают, что наделить статусом кроличьей норы для новых последователей. Процесс, при котором контент создается самими пользователями, позволяет QA развиваться самостоятельно, независимо от желания «кукловода».

В ARG гейм-дизайнер, как правило, человек, придумавший игру, берет на себя функции «кукловода», поскольку точно знает, что следует делать игрокам. «Кукловод» направляет участников в игровой среде: от одной загадки к другой (Hook, 2017, с. 59). Внутри QA кукловоды выполняют те же функции: Q оставлял сообщения, которые воспринимались пользователями как загадки, на которые необходимо найти решение. Но QA – это супер-конспирологическая теория, вобравшая в себя множество теорий заговора, а следовательно, как игра, имеющая не одну, а множество сюжетных линий, поэтому в ней периодически возникают новые «кукловоды», порой из самых низов. Более того, «кукловодом» в итоге может стать любой пользователь. И мы берем на себя смелость предположить, что жизнеспособность QA определяется тем, насколько сильна фантазия ее сторонников.

Еще одна особенность, замеченная нами при изучении конспирологической теории QAnon: во внутреннем устройстве QA можно обнаружить черты, которые указывают на существование и поддержание внутри сообщества принципа TINAG – важнейшего принципа игр в альтернативной реальности, главного признака, выделяющего их из всех остальных типов игр.

⁴ Thalen, M. (2021, March 30). The agency that controls U.S. nukes had its Twitter account accessed by a child. *Daily Dot*. Retrieved October 10, 2022, from <https://www.dailydot.com/debug/gibberish-tweet-u-s-strategic-command-child>

Среди сторонников теории не принято лишний раз напоминать о том, что QA – это всего лишь теория, или о том, что ни одно предсказание Q Clearance Patriot не сбылось. Для того, чтобы быть вовлеченным в игровой процесс, нужно допустить, что конспирологическая теория может оказаться правдой. QA не признает, что является всего лишь теорией (мистификация становится реальностью). Через интегрированных персонажей, таких как Q, с помощью влиятельных людей в США, через активную медийную поддержку создается впечатление реальности происходящего. Глава организации Media Matters, выступающей в роли наблюдателя за СМИ, Анджело Карусоне заявил, что по крайней мере восемь кандидатов в конгресс от Республиканской партии, включая действующего члена Палаты представителей Джоди Хайс, участвовали в подкастах и выпусках, распространяющих контент QAnon⁵.

Возникает закономерный вопрос: что же является целью QA как игры в альтернативной реальности. В конце концов, в играх всегда есть определенные цели, после достижения которых наступает финал. В QA цель не обозначена. Правда, предполагается, что основной целью QA является апофеоз – переживание, возникающее у человека, когда он «распознает связь или осознает закономерности между никак несвязанными или случайными вещами». Швейцарский невролог Питер Брюггер нашел много общего между апофеозом и творчеством, указывая, что и на то, и на другое влияет повышенный уровень дофамина (Gianotti et al., 2001), гормона и нейромедиатора, вызывающего сильные ощущения в связи с грядущим результатом. Сторонники намерено ищут малозаметные и незначительные детали, чтобы вновь и вновь испытать эти ощущения.

Заключение

Итак, мы видим, что QA использует элементы ARG, но слегка изменяет их.

Во-первых, цель сторонников QA – не ответы на вопросы «кукловода» Q, а процесс поиска как таковой. Игра вызывает особое состояние (апофеоз) при обнаружении малозначительных связей между несвязанными явлениями или событиями.

Во-вторых, в отличие от классических ARG в QA существует множество точек входа в игру. Это связано с тем, что QA – это совокупность теорий заговора. Точки входа, или «кроличьи норы», могут возникать как по воле «кукловодов», так и спонтанно.

В-третьих, трансформирована роль организатора игры, подчас возникает ситуация скрытого соперничества с игроками. В итоге наполнение игры создается не авторами, а игроками – это позволяет QA развиваться изнутри.

В-четвертых, в QA, подобно ARG, соблюдается принцип This Is Not A Game, только в случае с QA игра становится частью реальности.

⁵ Nguyen, T. (2020, October 15). The GOP starts forging a new alliance with QAnon. *Politico*. Retrieved October 10, 2022, from <https://www.politico.com/news/2020/10/15/qanon-trump-movement-429739>

Список литературы / References

- Barkun, M. (2013). *A culture of conspiracy: Apocalyptic visions in contemporary America*. University of California Press. <https://doi.org/10.1525/9780520956520>
- Brett, N. (2021). Moments of political gameplay: Game Design as a mobilization tool for far-right action. In: M. Devries, J. Bessant & R. Watts (Eds.), *Rise of the Far Right Technologies of Recruitment and Mobilization* (pp. 215–236). Lanham, Boulder, New York, London: Rowman & Littlefield.
- Gianotti, L.R.R., Mohr, C., Pizzagalli, D., Lehmann, D., & Brugger, P. (2001). Associative processing and paranormal belief. *Psychiatry and Clinical Neurosciences*, 55(6), 595–603. <https://doi.org/10.1046/j.1440-1819.2001.00911.x>
- Hook, A. (2017). The game did not take place: Performative play and relational art in alternate reality games. In: A. Garcia & G. Niemeyer (Eds.), *Alternate Reality Games and the Cusp of Digital Gameplay* (pp. 56–74). New York: Bloomsbury Academic. <https://doi.org/10.5040/9781501316272.ch-002>
- Jones, S.E. (2008). *The meaning of video games: Gaming and textual strategies*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203929926>
- Kattan, J., & Vigdor, W.R. (1996). Game theory and the analysis of collusion in conspiracy and merger cases. *George Mason Law Review*, 5(3), 441–456.
- Kunshchikov, S.V. (2008). Does conspiracy science need rehabilitation? *Tempus et Memoria*, 3(6), 129–134. (In Russ).
Куньшиков С.В. Нужна ли реабилитация конспирологии? // Tempus et Memoria. 2008. Т. 3. № 6. С. 129–134.
- Moula, E., & Malafantis, K. (2019). From literature to alternate reality games: Prerequisites, criteria, and limitations of a young adult novel’s transformational design for educational purposes. *Advances in Literary Study*, 7, 224–241. <https://doi.org/10.4236/als.2019.74014>
- Palmer, C., & Petroski, A. (2016). *Alternate reality games: Gamification for performance*. A K Peters/CRC Press. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1084585>
- Shilina, M.G. (2022). Mediatization in the new normal as transgression: From metaphor to concept? In *Russian PR: Trends and Drivers: Collection of Scientific Works in Honor of Professor V.N. Stepanov* (pp. 68–72). St. Petersburg: UNECON Publ.
Шилина М.Г. Медиатизация в новой нормальности как трансгрессия: от метафоры к концепции? // Российская пиарология: тренды и драйверы: сборник научных трудов в честь профессора В.Н. Степанова. СПб., 2022. С. 68–72.
- Shilina, M.G., & Volkova, I.I. (2022). Actual transformations of Russian public relations in the context of the “new normal”. In L.K. Lobodenko & L.P. Shesterkina (Eds.), *Transformation of Media Communication Strategies and Tactics under Pandemic Conditions* (pp. 31–41). Chelyabinsk: SUSU Publ. (In Russ).
Шилина М.Г., Волкова И.И. Актуальные трансформации российских связей с общественностью в условиях «новой нормальности» // Трансформация стратегии и тактики медиакommunikаций в условиях пандемии: монография / под ред. Л.К. Лободенко, Л.П. Шестеркиной. Челябинск: ЮУрГУ, 2022. С. 31–41.
- Sunstein, C.R., & Vermeule, A. (2008). *Conspiracy theories*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1084585>
- Szulborski, D. (2005). *This is not a game: A guide to alternate reality gaming*. Macungie, PA: New Fiction.
- Volkova, I.I. (2018). Screen-based game communications as an indicator of the perception of media reality: The social status & generation aspect. *Bulletin of Moscow University. Series 10. Journalism*, (4), 124–138 (In Russ.) <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.4.2018.124138>
Волкова И.И. Экранные игровые коммуникации как индикатор восприятия медиареальности: статусно-поколенческий аспект // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2018. № 4. С. 124–138. https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.4.2018.124138
- Yablokov, I. (2020). *Russian conspiracy culture: Conspiracy theories in the post-Soviet space*. Moscow: Alpina Publ. (In Russ.)
Яблоков И. Русская культура заговора: конспирологические теории на постсоветском пространстве. М.: Альпина Паблишер, 2020.

Zwierlein, C. (2013). Security politics and conspiracy theories in the emerging European state system (15th/16th c.). *Historical Social Research*, 38(1), 65–95. <https://doi.org/10.12759/hsr.38.2013.1.65-95>

Сведения об авторах:

Алгави Лейла Омаровна, кандидат филологических наук, доцент, кафедра теории и истории журналистики, филологический факультет, Российский университет дружбы народов, Российская Федерация, 117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 10, корп. 2. ORCID: 0000-0001-5335-8506. E-mail: algavi-lo@rudn.ru

Будцов Григорий Александрович, студент магистратуры (направление «Современная международная журналистика»), филологический факультет, Российский университет дружбы народов, Российская Федерация, 117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 10, корп. 2. ORCID: 0000-0002-0214-5794. E-mail: 1032173819@rudn.ru

Ковалев Георгий Сергеевич, аспирант, кафедра теории и истории журналистики, филологический факультет, Российский университет дружбы народов, Российская Федерация, 117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 10, корп. 2. ORCID: 0000-0002-0097-3633. E-mail: 1042210127@rudn.ru

Скворцова Нино, координатор проектов, Грузино-российский общественный центр имени Е.М. Примакова, Грузия, Тбилиси, ул. Баку, д. 2; политический обозреватель, информационно-аналитическая платформа «Пресс-клуб Джейран Медиа»; аспирант, кафедра публичной политики и истории государства и права, Российский университет дружбы народов, Российская Федерация, 117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 10, корп. 2. ORCID: 0000-0003-0470-7508. E-mail: nino.skvortsova@gmail.com

Bio notes:

Leila O. Algavi, Candidate of Philology, Associate Professor, Department of Theory and History of Journalism, Faculty of Philology, Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University), 10 Miklukho-Maklaya St, bldg 2, Moscow, 117198, Russian Federation. ORCID: 0000-0001-5335-8506. E-mail: algawy_lo@rudn.ru

Grigory A. Budtsov, Master's student (Modern International Journalism), Faculty of Philology, Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University), 10 Miklukho-Maklaya St, bldg 2, Moscow, 117198, Russian Federation. ORCID: 0000-0002-0214-5794. E-mail: 1032173819@rudn.ru

Georgy S. Kovalev, PhD student, Department of Theory and History of Journalism, Faculty of Philology, Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University), 10 Miklukho-Maklaya St, bldg 2, Moscow, 117198, Russian Federation. ORCID: 0000-0002-0097-3633. E-mail: 1042210127@rudn.ru

Nino Skvortsova, project coordinator, E.M. Primakov Georgian-Russian Public Center, 2 Baku St, Tbilisi, Georgia; political observer of the informational and analytical platform Press Club Jayran Media; PhD student, Department of Public Policy and State and Law History, Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University), 10 Miklukho-Maklaya St, bldg 2, Moscow, 117198, Russian Federation. ORCID: 0000-0003-0470-7508. E-mail: nino.skvortsova@gmail.com



DOI 10.22363/2312-9220-2023-28-1-146-156

EDN: LARRGB

UDC 316.77:070

Research article / Научная статья

Literary studies of political caricature: a quantitative analysis of publications indexed in the Scopus

Mohsen Zarifian 

*Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University),
10 Miklukho-Maklaya St, bldg 2, Moscow, 117198, Russian Federation*

 mohsen.zarifian@gmail.com

Abstract. The author reviews the past-to-present academic literature on cartoon studies (mainly editorial and political cartoons), that reflects the functional crisis of the cartoon associated with the development of the media space and new challenges. Some of the main trends, taxonomies, and approaches to date in political cartoon research are shown, and some of the weaknesses and strengths in the present field as well as aspects that are underdeveloped or have yet to be explored are highlighted. The articles in English published between 2017 and 2022 were reviewed to provide an understanding of the current state of the matter in various areas. The corpus was gathered by searching publications in international database Scopus. Each paper was classified based on its publication date, place of origin, subject of research, and frequency of citations. The quantitative approach employed enables the tracking of advancement in the field of cartoon studies over a given timeframe. Six distinct aspects pertinent to research in the field of political cartoons are suggested in a holistic approach, although this categorization is by no means all-inclusive and there is substantial overlap. The study of political cartoons during chosen period was more comprehensive and extensive than the study of editorial cartoons. Several proposals for further research in this field were put forward.

Keywords: editorial cartoons, caricature, mass communications, journalism

Conflicts of interest. The author declares that there is no conflict of interest.

Article history: submitted November 1, 2022; revised December 3, 2022; accepted December 17, 2022.

For citation: Zarifian, M. (2023). Literary studies of political caricature: A quantitative analysis of publications indexed in the Scopus. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 28(1), 146–156. <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2023-28-1-146-156>



Литературоведческие исследования политической карикатуры: количественный анализ публикаций, индексируемых в Scopus

М. Зарифиан 

*Российский университет дружбы народов,
Российская Федерация, 117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 10, корп. 2*

✉ mohsen.zarifian@gmail.com

Аннотация. Рассматривается академическая литература прошлого и настоящего по изучению карикатур (прежде всего, редакционных и политических), отражающая функциональный кризис жанра, связанный с развитием медиапространства и новыми вызовами. Показаны некоторые из основных тенденций, таксономий и подходов к исследованию политической карикатуры на сегодняшний день. Выделены слабые и сильные стороны в данной области, а также аспекты, которые недостаточно развиты или еще предстоит изучить. Проанализированы статьи на английском языке, опубликованные в период с 2017 по 2022 год, чтобы дать представление о текущем состоянии вопроса в различных областях. Корпус собран путем поиска публикаций в международной базе данных Scopus. Каждая статья классифицирована на основе даты публикации, места происхождения, предмета исследования и частоты цитирования. Используемый количественный подход позволил отследить прогресс в области изучения карикатуры за определенный период времени. Шесть различных аспектов, имеющих отношение к исследованиям в области политических карикатур, предлагаются в рамках целостного подхода, хотя эта классификация не является всеобъемлющей и имеет существенное дублирование. Обнаружено, что изучение политических карикатур за исследуемый период было более обширным, чем редакционных. Обозначены перспективы дальнейших исследований в этой области.

Ключевые слова: редакционные карикатуры, массовые коммуникации, журналистика

Заявление о конфликте интересов. Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

История статьи: поступила в редакцию 1 ноября 2022 г.; отрецензирована 3 декабря 2022 г.; принята к публикации 17 декабря 2022 г.

Для цитирования: *Zarifian M. Literary studies of political caricature: a quantitative analysis of publications indexed in the Scopus // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2023. Т. 28. № 1. С. 146–156. <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2023-28-1-146-156>*

Introduction

The art of cartooning has been evolving as an art of visual protest since the Protestant Reformation in 1517 to the present time. They bridge the apparent gap between fact and fiction (Edwards, 1997). The ability of cartoons to undermine the legitimacy of absolute rulers by signifying desired meanings and being susceptible to interpretation has truly stood the test of time (Shikes, 1969, p. 10). Few forms of art have the potential to have such a long-term impact on society, and this popularity and influence on public opinion continue to this day, with print and online media increasingly using it to convey political commentary and criticism. Historic and recent examples visibly prove the relevance and the capability of the cartoon to spark controversy, which has made media researchers more

aware of the power and importance of political cartoons than in the past. Furthermore, cartoons' relevance in today's media landscape can be measured in relation to the efforts made to silence them (Danjoux, 2007, p. 245).

Political cartoons are initially simple to perceive, but their approach and context are complicated, making it difficult to analyze them. Reviewing a huge corpus of writing that spans fifty years of political cartoon studies is the purpose of the current study. Over the last few decades, the study of cartoons has expanded, but too frequently within distinct compartments where scholars have built new wheels due to a lack of adequate cross-disciplinary familiarity with other advancements. As a result, the discipline as a whole lacks the depth and coherence necessary to warrant insightful discussion. It is not clearly defined what discipline these studies fall under: media studies, cultural studies, humor studies, politics, or fine arts? The field is examined and mapped in order to serve as a reference for academics studying political cartoons because it transcends all of these disciplinary boundaries. The topic of cartoon studies is incredibly broad since cartooning is a form of visual and linguistic communication that has reached its pinnacle. Through a series of experiments, researchers might pursue various analyses utilizing a number of distinct pathways. By examining the unique elements of multi-modal discourse in cartoons, researchers of the cartoon genre have discussed how these elements were employed in cartoons and connected the traits with the situations in which they were applied.

The field examined here is anchored in the newspaper-based tradition of the editorial cartoon, which emerged from the late nineteenth through the twentieth century, as well as its derivatives, which include “political cartoons” or “newspaper cartoons”.¹ The term “newspaper cartoon” is no longer relevant due to the development of digital communication and the shift of print media to digital forms such as social media, websites, and blogs. The proliferation of media technologies has negatively impacted the traditional role of editorial cartoons in fostering public debates, promoting civic discourse, and influencing how people see their surroundings (Leon, 2017). Contrarily, political cartooning is defined as visuals that convey political or social messages, with the authors utilizing various techniques to accomplish this objective. It is important to stress that this is neither a study of political satire nor a general review of cartoon art. Our focus is on work broadly derived from the above-mentioned traditions.

Despite the fact that there is a continually expanding corpus of research on political cartoons and that it has statistically surpassed the study of editorial cartoons in recent years (Figure 1), this field of study is theoretically fragmented, generally takes place within the scope of political communication research, and is widely acknowledged as lacking a framework from any one discipline (Diamond, 2002). There are numerous ways to conceptualize the political cartooning field, as well as numerous approaches to determining whether cartoons are art or a message. Frames vary depending on whether political cartoons are seen as explicable primarily in terms of form, perception, or socio-political function. It is expected that collecting the different sorts of approaches together will allow a more robust basis for mutually intelligible taxonomies of cartooning form and purpose to

¹ Newspaper cartooning refers to images defined by their medium of publication.

emerge. In this regard, in tandem with the decline of traditional print media, this article reveals that the studies of political cartoons in the past five years have had a significant difference compared to the study of editorial cartoons (Figure 1).

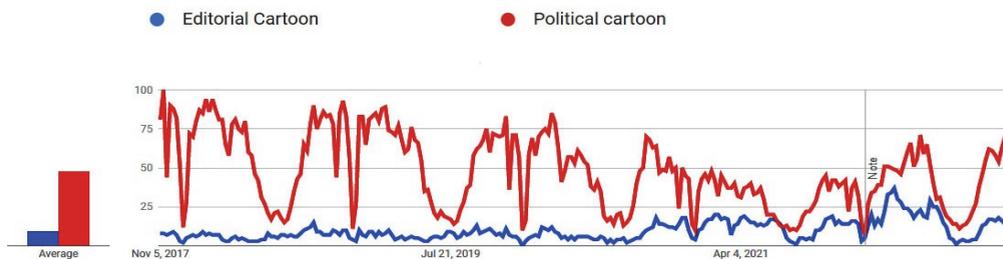


Figure 1. Search topics “Editorial Cartoon” and “Political cartoon” in Google Trends (between the 1st of December, 2017 and the 1st of December, 2022)

Source: Google trends data reflects searches people made on “Editorial Cartoon” and “Political cartoon”. Official site. Retrieved October 12, 2022, from <https://trends.google.com/trends/explore?date=2017-11-01%202022-11-01&q=Editorial%20Cartoon,Political%20cartoon>

The main hypothesis of this paper is that the research literature on cartoon studies reflects the functional crisis of the cartoon associated with the development of the media space and new challenges.

Method

This survey is not exhaustive, does not present new research, and only considers the corpus of works on cartoon studies in English. Thus, its goal is to provide an overview of Anglophone scholarship and to analyze academic literature on cartoons related to journalism and mass communication that has been written by foreign authors and published in Scopus. This study aims to map the field of political cartooning, provide direction for other scholars working in related areas, and facilitate better integration of results. The paper attempts to show with this survey some of the main trends, taxonomies, and approaches to date in political cartoon research and, at the same time, highlights some of the strengths in the present field as well as aspects that are underdeveloped or have yet to be explored.

In the current paper, we developed the definition of both “political cartoons” and “editorial cartoons” that were used in the measurement process. We applied the method of quantitative research. We included only academic publications indexed in the Scopus within the period from 2017 to 2022. The following research questions have been set to achieve the goal:

RQ1. How has the research literature on cartoon studies developed within the last five years?

RQ2. What is the position of political cartoon studies in comparison with editorial cartoons?

RQ3. What are the subject areas of study regarding political cartoons?

In order to create a list of words connected to cartoon studies, we first chose relevant terms from the articles' keyword section. Following that, we restricted our search to only areas connected to cartoon studies. That being “Social Scienc-

es”, “Arts and Humanities”, “Psychology”, “Engineering sciences”, “Computer Science” and “Medicine”.

A wide variety of academic disciplines will be examined in this survey, including language, literature, art, rhetoric, and history in the domain of the humanities; sociology, psychology, political science, area studies, communications, and media studies in the field of social sciences; as well as professions such as journalism, education, computer science, archival studies, and even nursing; and also humor studies as an interdisciplinary study. Afterward, we conducted a literature search in the scientific database and discovered a total of 91 records for “cartoon studies”, 121 for “Political Cartoons”, and 69 for “Editorial cartoons”. Thereafter, we identified duplicate papers and cleared the database. And as a result of there not being any duplicate papers at all, the cumulative corpus of publications was 132. Subsequently, we chose the pertinent papers and classified the data according to the time frame, the subject area, and the location of the researchers.

In the next step, we chose to emphasize a number of differentiating aspects in order to understand which strategy each researcher uses in their work. We opted to organize these elements into Table 1 based on the primary issues covered in the article, book, or monograph. The characteristics themselves were chosen based on the most commonly reported themes by the researchers. We assessed field development as well as works that had an influence on cartoon studies as a whole. Which is by no means exhaustive, six particular categories pertinent to studies in the field of political cartoons, with some duplication, are highlighted in Table 1 as follows: “Meta-studies of political cartoons”, “The properties of political cartoons”, “Political cartoons’ function as a cultural mirror”, “Political cartoons’ impact”, “Audience reception”, and “The political cartoon ecosystem”. This analysis has been done according to the classification proposed by Chen et al. (2017).

Table 1

Proposed categorization for cartoon studies

Sub-field	Number of studies	%
Meta-studies of political cartoons	16	12
The properties of political cartoons	48	36
Political cartoon as a cultural mirror	42	31.8
The impact of political cartoons	21	15.9
Audience reception	17	12.8
Political cartoon ecosystem	23	17.4
Totals	160	125.9

Source: compiled by the author.

Results and discussion

The study of keywords in the search results reveals that the number of articles published with the keyword “Political Cartoons” was 41, while this number was only 10 for the keyword “Editorial cartoons” (Table 2). This finding supports our hypothesis that the study of political cartoons is more extensive than the study of editorial cartoons.

Figure 2 compares the articles published in the Scopus database exclusively with the keyword “Political Cartoons” and also exclusively with the keyword

“Editorial Cartoons”. The findings of this study demonstrate that during this time span, political cartoons have been the dominant subject of investigation.

Table 2

The number of keywords related to cartoon studies used in research from 2017 to 2022 on Scopus

Political Cartoons (41)	Cartoons (28)
Political Cartoon (25)	Art (16)
Caricature (15)	Human (15)
COVID-19 (12)	Humans (13)
Cartoon (11)	Metaphor (12)
Editorial Cartoons (10)	Propaganda (11)

Source: compiled by the author.

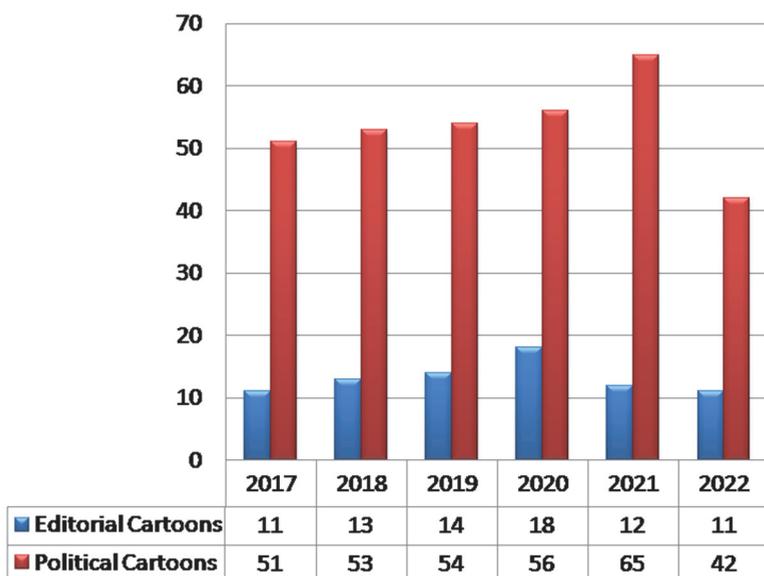


Figure 2. Number of articles on published in Scopus databases

Source: compiled by the author.

The country of origin factor for articles on cartoon studies indexed in Scopus shows that most research comes from academic institutions in the USA (38%). The study also demonstrates that 17% of the papers on cartoon studies were written by British scholars (Figure 3). Political cartoons are still widely popular in the United States and are the subject of more scholarly study than any other country in the world, which explains well the country’s high citation index, despite the fact that this genre is losing its centrality and the influential role it once had. The experience the USA has in the media market, the well-established media institutions, and the high indexes of professional journalism such as freedom of expression make other scholars cite USA articles more frequently.

Nevertheless, many scholars in the US believe that a reduction in political cartoon impact is intrinsically related to the decline of print media and dwindling career possibilities (Lamb, 2004, p. 220). Around 2000 editorial cartoonists were

employed by daily newspapers in the United States around the beginning of the 20th century. By the turn of the twenty-first century, just 85 remained.² Over the past ten years, the downward trend has intensified, and just 30 editorial cartoonists are currently employed full-time by the roughly 1300 daily newspapers in the United States.³ Economic factors and editorial views about the role of editorial cartoons have conspired to reduce the importance of political cartoonists in the United States' printed media. When readership declines, advertising income also decreases, which reduces the amount of money available for wages. Newspaper editors who don't value political cartoons always eliminate the full-time cartoonist post and turn to syndicated cartoonists to cut costs (Lamb, 2004, p. 225).

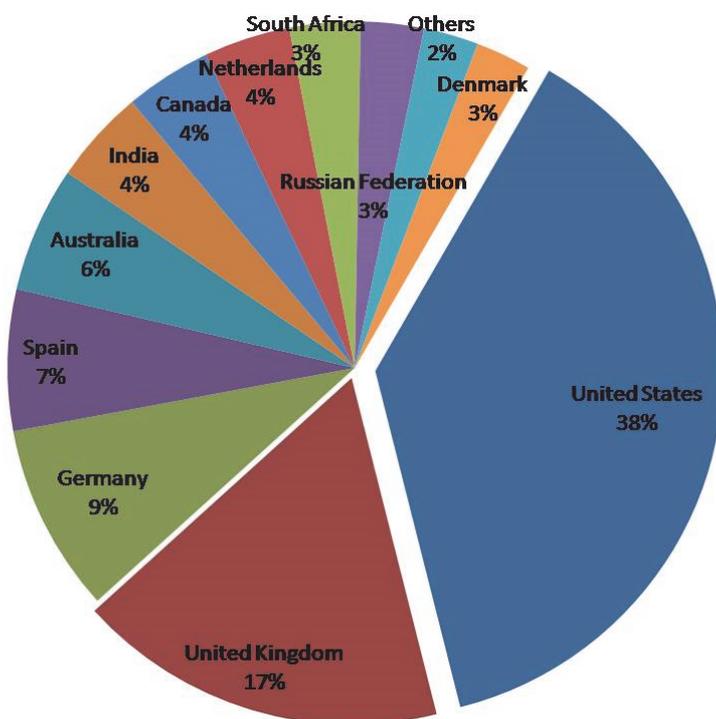


Figure 3. The country of articles' origin on cartoon studies in Scopus citation database

Source: compiled by the author.

Figure 4 shows that the most studies are in the field of “Social science” (44.5%). Our findings suggests that, whilst considerable research exists on the subject of cartoons, 38% focus has been afforded towards the artistic, rhetorical and metaphoric devices employed by editorial cartoonists in creating layered narratives.

² Plante, B. (2004, December 15). What publishers think about editorial cartoons. *Nieman Reports*. Retrieved December 12, 2022, from <https://niemanreports.org/articles/what-publishers-think-about-editorial-cartoons/>

³ Rall, T. (2015, January 21). Editors are killing US political cartooning. *The Japan Times*. Retrieved December 12, 2022, from <https://www.japantimes.co.jp/opinion/2015/01/21/commentary/world-commentary/editors-killing-u-s-political-cartooning/#>

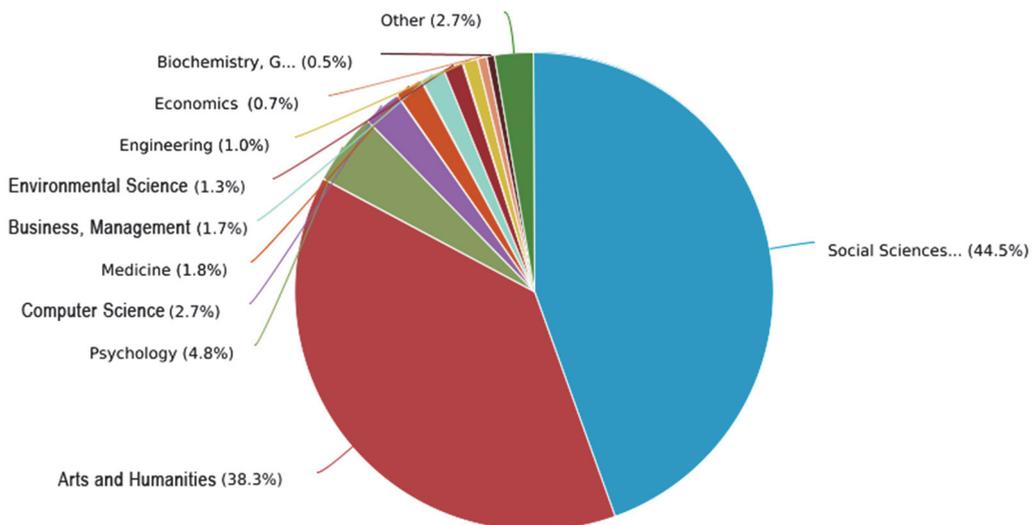


Figure 4. Research areas on cartoon studies in the Scopus citation database

Source: compiled by the author.

132 articles were studied while conducting a literature review. The technique, methods, and theories for political cartoon study are the subject of some of the research. Several articles study formal and practical aspects of the nature and function of political cartoons. Political cartoons must effectively combine both form and function to function, hence these two are invariably related in such research. The majority of research has focused on political cartoons as cultural mirrors and emphasized the numerous ways that they might represent people, audiences, or society at large. Many researchers stress cartoons' socially and politically powerful impact, but because of their polysemous nature and susceptibility to interpretation, it is typically difficult to quantify these impacts. Another series of studies has concentrated on the interpretational process that takes place when audiences react to cartoons. Another body of research focuses on the environment that surrounds cartoonists and the industry as well as anticipated historical turning points. Their themes include various issues that cartoonists are dealing with, including constraints, job losses due to the decline of the industry, and the loss of the cartoon's influence. Cartoonists make daily political and ethical decisions in the course of their work, and they do so under various kinds of legal, economic, and moral restraint.

According to the classification suggested by K.-W. Chen, R. Phiddian, and R. Stewart (2017), in a holistic approach, six specific aspects relevant to research in the field of political cartoons are emphasized here; however, they are by no means all-inclusive, and there is considerable overlap. While this essay makes no claims that this categorization is exhaustive and also may not accurately reflect all current academic trends, it is sufficiently thorough to provide a summary of the relevant academic studies with a high degree of probable validity.

The proposed categorization has been presented in Table 1. Since many studies are included in more than one sub-field, the sum of the percentages is higher than 100%. Instead of claiming statistical accuracy, the statistics offer a heuristic tool

to present a field overview. Other studies' percentage findings could differ significantly since categorization is fundamentally interpretative and subjective. Therefore, quantification is more informative than conclusive.

It should be noted that, since much of the research taken into consideration overlaps, this article does not assert that these categories serve as strict boundaries. Since they constantly involve interpretative judgment, classifications of this type can only be justified on exploratory principles, but they can nevertheless serve as a valuable framework for discussion among future scholars.

Conclusion

This is not the first study to attempt to map the scope of research on political cartoons across disciplines and impose some order on the topic. As an important instance, John Lent's vast multi-volume bibliographies of writing linked to all types of comic art (2003, 2004, 2006) contain sections for “political cartoons” and “caricature”, organized by country; and for political cartooning in the US, smaller categories such as “generic studies”, “historical elements”, “portrayals”, “legal issues”, “professional factors”, and specific artists. Similarly, M. Rhode and J. Bullough's (2016) online Comics Research Bibliography, 1996–2009, offers a considerable number of entries in its lists of resources for “editorial cartoons” and “caricature”. These are of minimal practical value to a new scholar because there is no attempt to distinguish academic research from journalistic works, nor is there any attempt to suggest substance or synthesize the studies listed. P. Somers (1998) presents a more specialized reference book for editorial caricature and cartooning. This book goes beyond just collecting cartoon materials and aims to criticize and synthesize some previous studies. However, it focuses more on US political cartooning and its history than the entire industry. Furthermore, as can be deduced from their publication dates, all of these resources for scholars are now rather old.

Scholars of political cartoons require more dedicated journals and platforms to discuss topics, develop methodology, and exchange information in order to advance their field of study. Should this be a call for more grounding in comic studies or in some other field specifically? Or should it be to establish itself as a distinct field? Finding a well-known name may be a good starting point to build a rallying flag that a field might rally around, similar to what comic studies have done currently. But what is the best title for the study of political cartooning? Some generally agreed-upon definitions of fundamental concepts are also crucial for the field's development in order to make sure that when researchers engage in cross-discipline conversation, they are not communicating in a different language. These notions should be considered during the study of the earlier research.

The papers in our survey were prepared by scholars from a variety of scholarly backgrounds. Therefore, this variety is the first thing to note. The resulting diversity of approaches, foci, and topics can be considered both strength and a weakness for the field, strength due to the fact that all of these disciplinary perspectives have something to contribute to the field's advancement. On the other hand, this diversity is a big weakness because it can be concluded that none of these disciplines place a high priority on the study of cartoon.

One gets the impression that studies of cartoons are frequently just passing flings done to test or refute a hypothesis at the time or because cartoons occasionally gain popularity, as in the case of the Danish cartoon controversy. But in either scenario, the subject of cartoons is quickly forgotten.

Examining the list of authors shows that there are numerous authors with only one article. This finding demonstrates that the vast majority of authors only study political cartoons for a short period of time. Despite the excellence of some one-off articles, most of the more profound work is produced by a small number of scholars who have pondered the cartoon for years. This lack of long-term engagement, combined with the overly fragmented nature of the field, split among many disciplines, makes it difficult to find and develop past and even current research.

Research on audience reception and studies employing conceptual metaphor theories have both gained a considerable theoretical foundation. Even these, however, demonstrate the flaw of neglecting to engage in dialogue with and expand on earlier research. It becomes challenging to evaluate the field as a whole and determine which areas are well developed and which are not. In order to gain coherence, however, the topic requires a number of further monograph-length studies.

To summarize the main point of this paper, in today's pluralized media landscape and the challenges confronting cartoonists in the new media space, the process in which print media struggle with a steep decline in sales and advertising incomes, rising costs, shrinking readership, and an influx of social media, the future of the traditional editorial model of cartoons in newspapers may not be certain, but the future of the political cartoon in digital media is certain.

References

- Chen, K-W., Phiddian, R., & Stewart, R. (2017). Towards a discipline of political cartoon studies: Mapping the field. In J. Milner Davis (Ed.), *Satire and Politics: The Interplay of Heritage and Practice* (pp. 125–162). Cham: Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-319-56774-7_5
- Danjoux, I. (2007). Reconsidering the decline of the editorial cartoon. *Political Science and Politics*, 40(2), 245–248. <https://doi.org/10.1017/S1049096507070370>
- Diamond, M. (2002). No laughing matter: Post-September 11 political cartoons in Arab/Muslim newspapers. *Political Communication*, 19(2), 251–272. <https://doi.org/10.1080/10584600252907470>
- Edwards, J.L. (1997). *Political cartoons in the 1988 presidential campaign: Image, metaphor, and narrative*. London: Routledge.
- Lamb, C. (2004). *Drawn to extremes: The use and abuse of editorial cartoons*. New York: Columbia University Press.
- Lent, J.A. (2003). *Comic art of Europe through 2000: An international bibliography. Volumes I, II. Bibliographies and indexes in popular culture*. Westport, CT, London: Praeger.
- Lent, J.A. (2004). *Comic art in Africa, Asia, Australia, and Latin America through 2000: An international bibliography*. Westport, CT: Praeger.
- Lent, J.A. (2006). *Comic books and comic strips in the United States through 2005: An international bibliography*. Westport, CT, London: Praeger.
- Leon, L. (2017). The evolution of political cartooning in the New Media Age: Cases from Australia, the USA and the UK. In J. Milner Davis (Ed.), *Satire and Politics:*

- The Interplay of Heritage and Practice. Palgrave Studies in Comedy* (pp. 163–191). London: Palgrave Macmillan.
- Rhode, M., & Bullough, J. (2016). Comics research bibliography: Topical bibliographies (1996–2009). *Transatlantica*. <https://doi.org/10.4000/transatlantica.4939>
- Shikes, R.E. (1969). *The indignant eye: The artist as social critic in prints and drawings from the fifteenth century to Picasso*. Boston: Beacon Press.
- Somers, P. (1998). *Editorial cartooning and caricature: A reference guide*. Westport, CT: Greenwood Publishing Group.
- The Herb Block Foundation. (2011). *The golden age for editorial cartoonists at the nation's newspapers is over*. Retrieved December 12, 2022, from https://www.herbblockfoundation.org/sites/default/files/hbf2011whitepaper_fl.pdf

Bio note:

Mohsen Zarifian, PhD student, Department of Mass Communication, Philological Faculty, Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University), 10 Miklukho-Maklaya St, bldg 2, Moscow, 117198, Russian Federation. ORCID: 0000-0001-7363-0263. E-mail: mohsen.zarifian@gmail.com

Сведения об авторе:

Зарифиан Мохсен, аспирант, кафедра массовых коммуникаций, филологический факультет, Российский университет дружбы народов, Российская Федерация, 117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 10, корп. 2. ORCID: 0000-0001-7363-0263. E-mail: mohsen.zarifian@gmail.com



МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ
MEDIA EDUCATION

DOI 10.22363/2312-9220-2023-28-1-157-164
EDN: LCJWWL
UDC 659.1

Research article / Научная статья

**Corporate training
for developing social media literacy skills:
personalized approach**

Elizaveta A. Osipovskaya¹, Anastasiia A. Savelyeva²

¹*Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University),
10 Miklukho-Maklaya St, bldg 2, Moscow, 117198, Russian Federation*

²*University of Tyumen,
6 Volodarskogo St, Tyumen, 625003, Russian Federation*

 osipovskaya-ea@rudn.ru

Abstract. Today social media can be a highly effective tool in business by attracting new customers, getting their feedback, building loyalty, and increasing a company's market reach. However, what happens when it goes wrong? One of the most common problems with social media is that information that was previously private can now be presented to the world by one mouse click. Employees are directly linked to their employers on social media, so if an employee writes a controversial statement online, reputational damage to a company can be devastating. Hence, employees should receive basic social media literacy, to have the proficiency to communicate appropriately and responsibly. The only providers of this educational content for learning and development (L&D) divisions are established media outlets that could force positive changes to the way companies learn. Upskilling and reskilling of employees have become a significant objective in strategic development for many companies, according to LinkedIn research. One-size-fit-for-all training approach is no longer effective. Therefore, even the development of social media literacy skills should be personalized. The study aims to determine: 1) contemporary understanding of media literacy skill in business context; 2) characteristics of the personalized learning (PL) environment that impact on learning outcomes; 3) personalized learning tools. Theoretical analysis is used to identify contemporary empirical studies associated with the implementation of PL in corporate learning between 2018 and 2022.

Keywords: educational strategies, media literacy, personalized learning, cross-functional team

Conflicts of interest. The authors declare that there is no conflict of interest.

Article history: submitted November 29, 2022; revised December 11, 2022; accepted December 30, 2022.

© Osipovskaya E.A., Savelyeva A.A., 2023



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

For citation: Osipovskaya, E.A., & Savelyeva, A.A. (2023). Corporate training for developing social media literacy skills: Personalized approach. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 28(1), 157–164. <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2023-28-1-157-164>

Корпоративные тренинги по развитию навыков медиаграмотности в социальных сетях: персонализированный подход

Е.А. Осиповская¹  , А.А. Савельева² 

¹Российский университет дружбы народов,
Российская Федерация, 117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 10, корп. 2

²Тюменский государственный университет,
Российская Федерация, 625003, Тюмень ул. Володарского, д. 6

 osipovskaya-ea@rudn.ru

Аннотация. Сегодня социальные сети могут выступать эффективным инструментом в области бизнеса для привлечения новых клиентов, получения от них обратной связи, формирования лояльности и увеличения доли рынка. Однако, что происходит, когда их использование приводит к обратному эффекту? Самая важная проблема заключается в том, что информация, которая раньше носила исключительно частный характер, теперь находясь на расстоянии одного клика, может стать общедоступной во всем мире. Сотрудники имеют непосредственную аффилиацию со своими работодателями в социальных сетях, поэтому в результате публикации ими спорного заявления в Сети, компании может быть нанесен непоправимый репутационный ущерб. Следовательно, работники компании должны получить базовые навыки медиаграмотности в социальных сетях, чтобы уметь правильно коммуницировать, осознавая весь груз своей ответственности. Единственными поставщиками такого образовательного контента для департаментов обучения и развития персонала (L&D) являются авторитетные представители медиаиндустрии, которые могут внести положительные изменения в то, как компании обучают сотрудников. Согласно исследованию LinkedIn, повышение квалификации и переквалификация персонала стала важной задачей стратегического развития многих корпораций. Универсальный подход к обучению уже неэффективен. Поэтому даже подход к развитию навыков медиаграмотности в социальных сетях должен быть персонализированным. Исследование нацелено на определение: 1) современного понимания навыков медиаграмотности в социальных сетях с точки зрения бизнеса; 2) характеристик среды персонализированного обучения, влияющих на результаты обучения; 3) существующих инструментов персонализированного обучения (PL). В работе использовался теоретический анализ современных эмпирических исследований, связанных с внедрением PL в корпоративное обучение в период с 2018 по 2022 годы.

Ключевые слова: образовательные стратегии, медиаграмотность, персонализированное обучение, межфункциональная команда

Заявление о конфликте интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

История статьи: поступила в редакцию 29 ноября 2022 г.; отрецензирована 11 декабря 2022 г.; принята к публикации 30 декабря 2022 г.

Для цитирования: Osipovskaya E.A., Savelyeva A.A. Corporate training for developing social media literacy skills: personalized approach // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2023. Т. 28. № 1. С. 157–164. <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2023-28-1-157-164>

Introduction

Nowadays the forms of mass media are becoming more complex and sophisticated, as news consumption moves from print to pixels. Journalists have had to learn completely new skills, techniques, and approaches to their craft to attract and retain audience attention. But not only journalists need to have adequate digital capacities and social media literacy skills but also today's workers. Therefore, L&D department is in charge of creating reskilling programs that fill skill gaps and create opportunities for internal mobility by allowing employees greater freedom of movement within the organization. However, while the majority of companies know that talent mobility is essential, a Deloitte survey shows that just 6% of them believe their organization is “excellent” at enabling it. Unfortunately, employees generally tend to find new and more lucrative opportunities in another company than climbing the career ladder at their current employers. One of the obstacles to internal mobility is the lack of learning technologies and platforms,¹ and practices through hands-on growth opportunities like projects, and mentorships.²

The only providers of this educational content for L&D divisions are established media outlets that could force positive changes to the way companies learn. For instance, The Guardian media team offers standalone seminars and hands-on workshops to teach companies the skills behind cutting-edge digital journalism – from online reporting to social media skills, live-blogging and video.³ Course from BuzzFeed teaches how to make viral videos for social media.⁴ Agency France-Presse launches a digital skill training that includes search techniques to verify images, finding archived material, and tracking down the origin of social media posts.⁵

In the context of corporate training, we define social media literacy as a broad set of skills and competences based on knowledge about people's interaction by accessing, analyzing, evaluating, and creating messages presented in different forms and spread in different media. Some researchers point to the importance of social media literacy skills for employees as organizational scandals on social media evolve as a social drama. The study proposes that organizations facing scandals on social media should consider that workers and other highly en-

¹ Schwartz, J., Roy, I., Hauptmann, M., Van Durme Y., & Denny, B. (2019, 11 April). Talent mobility: Winning the war on the home front. 2019 Global Human Capital Trends. *Deloitte*. Retrieved December 12, 2022, from <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/focus/human-capital-trends/2019/internal-talent-mobility.html>

² Gregerson, A. (2022, October 4). What is internal mobility and why do you need it? *Gloat*. Retrieved December 12, 2022, from <https://gloat.com/blog/what-is-internal-mobility-and-why-you-need-it/>

³ Corporate journalism training. (2014, December 12). *The Guardian*. Retrieved December 12, 2022, from <https://www.theguardian.com/guardian-masterclasses/2014/dec/12/bespoke-journalism-training>

⁴ Brown, N. (2020, March 20). This course from BuzzFeed and the new school actually teaches you how to make successful videos for social media. *BuzzFeed*. Retrieved December 12, 2022, from <https://www.buzzfeed.com/amphtml/nataliebrown/buzzfeed-new-school-social-video-pro>

⁵ Bale, P. (2022, June 28). AFP launches free and open digital skills training tool kit for journalists. *INMA*. Retrieved December 12, 2022, from <https://www.inma.org/blogs/newsroom-initiative/post.cfm/afp-launches-free-and-open-digital-skills-training-tool-kit-for-journalists>

gaged stakeholders experience organizational scandals not from the point of view of occasional spectators but as long-term active participants (Lazar, 2022).

Moreover, it is crucial to note that media outlets tailor training to specific needs of companies, by conducting them anywhere around the globe and taking into account the professional interests. Hence media experts serve as providers of personalized learning for many business industries.

According to a recent Brandon Hall Group report, 82% of companies are working on improving their personalized learning (PL) approach (Allal-Chérif et al., 2022). Why is the implementation of personalization a crucial capability? The research found that companies that excel at personalization improve employee individual and organizational performance (93%), employee engagement (89%) and organization's competitive advantages (73%) (Allal-Chérif et al., 2022; Armstrong, Landers, 2018)

Methods

In the current study we raise two primary research questions: 1) what are the characteristics of the PL environment that impact on learning outcomes? 2) what are the personalized learning tools? We systematically identified contemporary empirical studies associated with the implementation of PL in corporate learning that were conducted between 2018 and 2022. The literature was gathered by searching Google Scholar database.

Results and discussions

In this section we present the results to address the three research questions.

Q1. What are the characteristics of the PL environment that impact on learning outcomes?

Nowadays, learning is more effective when it is relevant for students and applies to personal goals. It is the biggest priority and challenge in corporate education as the learning process can be motivated and get high results. However, it requires the HR manager to identify an individual's ambitions and find correlations between them and the strategic interests of the company. Two studies identify the effectiveness of combining corporate development plans with individual development plans of employees (Chunaev, Shikov, 2018; Dekoulou, Trivellas, 2015). Papers have proved that such a strategy creates career growth opportunities for staff and meets company business goals.

Considering PL as a teaching and learning approach that aims to customize learning for each student in accordance with their background, needs, potential, interests and learning habits, we have identified several specific contexts that impact on learning outcomes:

1. Collective learning processes. It includes teams, organizations, communities, and societies, and highlights such characteristics as relationships, shared vision, mental models, cognitive and behavioral learning. It would be appropriate to create a new discipline called "Collective learning" by analogy with pedagogy (teaching children) and andragogy (teaching adults).

2. High adaptivity of the curriculum. This applies to the use of AI in detecting employee's educational needs and professional gaps, but also high-quality

learning materials. It means that educators cannot rely on permanent curricula anymore; they need to create new learning pathways for highly competitive and fast changing environment (modular education, microlearning, micro-certifications).

3. Various technologies, tools and platforms that provide learners with relevant knowledge.

4. Modes of learning (online, offline, hybrid).

5. Corporate mentoring is the form of communication when a more experienced person helps a less experienced person develop some specified capacity and guide him on the professional journey. The mentor helps the mentee to set career goals, develop and refine plans, and create a professional network. It is an effective approach to build human connections at the organization.⁶

6. Safe work environment. Companies used to focus on employee's productivity tools (Microsoft Office, Slack, Teams, Sharepoint etc.), and IT equipment (computers, laptops, smartphones etc.), but nowadays workplace safety has become one of the core priorities for organizations across the world. When the work itself is safe, it means that employees are well-managed. That is also resulted in more motivated and mindful employees who are satisfied and happy with their job. According to the Gartner report, the "we space" concept has a positive influence on the sense of community and helps team members to establish and share common values of the company (Hromada, 2022; Pavlát, Kniňová, 2019; Kesson, 2021).

Q2. What are the effects of digital systems and tools in PL implementation?

The employee-centric culture and new educational ecosystems are modern requirements that make corporate trainings relevant for individual learning or group learning.⁷ To make a shift from process-based approach to employee-based training we need to consider employee's experience and create microservices. Microservices is a software development architecture where an application is made up of multiple independent services, and each service runs a unique process and usually manages its own database. Since the microservice performs a specific task, employees of a team can focus on that task alone. According to Bersin,⁸ earlier all service systems were provided by the IT department whereas today there is a transition to the digital HR paradigm. Modern HR tech solutions include analytics, VR technologies, and contemporary learning platforms.

The study found the key tools that impact on the effectiveness of PL implementation:

⁶ Wentworth D., Klein I., Cooke M., Rochelle M., Pachter R., Bui E. (2021). *Changing the learning paradigm to serve the future workforce*. Hemsleyfraser. Retrieved December 12, 2022, from https://www.hemsleyfraser.com/sites/default/files/2021-12/Future%20Workforce_eBook_Brandon_Hall_UK.pdf

⁷ Bersin, J. (2021). *HR technology 2021: The definitive guide*. Retrieved December 12, 2022, from https://joshbersin.com/wp-content/uploads/2021/04/HR_TechMarket_2021_v7.pdf?utm_medium=email&_hsmi=139234685&_hsenc=p2ANqtz--sveGA2TM6bPHjYn-h5LuT_xwGkMiwIO7eWfwhAliRdqES6azclzoARQNffRTkefQB1ICZTCqBXOe3xr7sJN90SsSdbA&utm_content=139234685&utm_source=hs_automation

⁸ Bersin, J. (2021, November 2). *Cornerstone Xplor launches a new era in corporate learning*. Retrieved December 12, 2022, from <https://joshbersin.com/2021/11/cornerstone-xplor-launches-a-new-era-in-corporate-learning/>

1. Educational games. There is a great number of studies examining the impact of gamification on learning outcomes of employees. But there are a few papers devoted to game elements that promote personalization. Some papers identify that adaptive gamification supports HR managers in defining and monitoring learning paths for employees. Another paper presents a concept of using digital twins for gamified support and training systems that generate individualized work environments. There are studies that measure the positive value created by the games on work enjoyment, productivity (Gerdenitsch et al., 2020) and the company profitability (Allal-Chérif et al., 2022). Other authors analyze how a company's gamification strategy influences corporate learning by embedding gamification techniques in mobile social learning platforms (Kim, 2021).

2. Mobile learning. Authors analyze a positive impact of a mobile learning system, name WoBaLearn, that provides personalized and adaptive learning support in a real work environment (Zhang et al., 2016; Pavlát, Kniňová, 2019).

3. Intelligent learning systems. Five studies report on how artificial intelligence can change the way in which companies recruit, train, educate and manage employees (Haque et al., 2021; Larkin, 2017; Maity, 2019; Patki et al., 2021). In another study researchers discuss the salient factors in designing transparent intelligent systems using machine learning. These systems assist users by evaluating multiple courses of action and recommending the right action at the right time (Vorm, 2018). Two studies examine how AI helps to identify employees' skill sets and develop a training programme based on the market demands (Gambhir et al., 2022; Tambe et al., 2019).

4. Web-based adaptive learning systems. Three studies investigate how to design an employee experience platform for raising their productivity, engagement, and collaboration (Lengnick-Hall et al., 2018; Shivakumar, 2020; Saxena et al., 2021).

Conclusion

Most media outlets getting into education have to learn tough lessons: education is a very different business from media and succeeding takes a lot more efforts than having a prominent brand and built-in audience. It is common knowledge that publishers are struggling to find new ways to make money beyond subscriptions and advertising. One increasingly common way is by launching social media skills training and workshops for companies that crave for employee development programs.

This paper has proved the demand in personalized learning that creates a unique working style for each person in cross-functional teams. PL is an effective approach to retain top talent, identify areas for development, apply strengths and reach personal and company goals by discussing them with senior executives. Moreover, PL promotes employee competitive attitude and competitive behavior that result in enhancing job crafting and performance.

Use of PL in corporate training programs creates win-win scenarios for all stakeholders. Personalized training in an organization provides customized and highly relevant employee learning experience considering their needs, abilities and goals. However, PL is not standing still, there are more new approaches are

keep showing up in corporate training that requires new responses from HR department: 1) design philosophy (enhancing user experience through customization of UI design); 2) new tools and cutting-edge teaching and learning techniques (micro-learning, fast education methodology, human-AI tandems etc.); 3) multimodal learning (podcasts, business games, short- and long-term corporate programs).

It is crucial to note that personalized learning in corporate training has pushed companies to formulate their educational strategies by answering the following questions: What to teach employees? How to train them effectively? Who are the providers of knowledge and what formats are the most effective and efficient? It is also recommended that further research should be undertaken in the following areas: comparison of PL strategies and learning outcomes in universities and business corporations.

References

- Allal-Chérif, O., Lombardo, E., & Jaotombo, F. (2022). Serious games for managers: Creating cognitive, financial, technological, social, and emotional value in in-service training. *Journal of Business Research*, 146, 166–175. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.03.083>
- Armstrong, M.B., & Landers, R.N. (2018). Gamification of employee training and development. *International Journal of Training & Development*, 22(2), 162–169. <https://doi.org/10.1111/ijtld.12124>
- Chunaev, A., & Shikov, A. (2018). The method of personalized corporate e-learning based on personal traits of employees. *Procedia Computer Science*, 136, 511–521. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2018.08.253>
- Dekoulou, P., & Trivellas, P. (2015). Measuring the impact of learning organization on job satisfaction and individual performance in Greek advertising sector. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 175, 367–375. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.1212>
- Gambhir, V., Asnate-Salazar, E., Prithi, M., Alvarado-Tolentino, J., & Tongkachok, K. (2022). Using artificial intelligence and deep learning methods to analysis the marketing analytics and its impact on human resource management systems. *Communications in Computer and Information Science*, 1591. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-07012-9_30
- Gerdenitsch, C., Sellitsch, D., Besser, M., Burger, S., Stegmann, C., Tscheligi, M., & Kriglstein, S. (2020). Work gamification: Effects on enjoyment, productivity and the role of leadership. *Electronic Commerce Research and Applications*, 43. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2020.100994>
- Haque, M., Goyal, A., Joshi, S., & Parmar, S. (2021). Transformation of human resource management due to impact of artificial intelligence. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 18(10), 803–809.
- Hromada, D. (2022). *Humans teaching, machines learning: Machines teaching, humans learning: Invitation to peer learning of human and artificial pupils*. Preprint of the article. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.35146.08649>
- Kesson, K.R. (2021). Channeling John Dewey: What would Vermont's philosopher of democracy have to say about personalized learning? *Middle Grades Review*, 7(2). Retrieved December 12, 2022, from <https://scholarworks.uvm.edu/mgreview/vol7/iss2/2>
- Kim, S. (2021). How a company's gamification strategy influences corporate learning: A study based on gamified MSLP (mobile social learning platform). *Telematics and Informatics*, 57. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101505>
- Larkin, J. (2017). HR digital disruption: the biggest wave of transformation in decades. *Strategic HR Review*, 16(2), 55–59. <https://doi.org/10.1108/SHR-01-2017-0006>

- Lazar, T. (2022). Organizational scandal on social media: Workers whistleblowing on YouTube and Facebook. *Information and Organization*, 32(1). <https://doi.org/10.1016/j.infoandorg.2022.100390>
- Lengnick-Hall, M.L., Neely, A.R., & Stone, C.B. (2018). Human resource management in the digital age: Big data, HR analytics and artificial intelligence. *Management and Technological Challenges in the Digital Age*, 3, 1–30.
- Maity, S. (2019). Identifying opportunities for artificial intelligence in the evolution of training and development practices. *Journal of Management Development*, 38(8), 651–663. <https://doi.org/10.1108/JMD-03-2019-0069>
- Patki, S., Sankhe, V., Jawwad, M., & Mulla, N. (2021). Personalised employee training. *2021 International Conference on Communication information and Computing Technology (ICCICT)* (pp. 1–6). <https://doi.org/10.1109/ICCICT50803.2021.9510056>
- Pavlát, V., & Knirová, L. (2019). The personal learning cloud as an innovative tool in corporate training. In J. Beseda, L. Rohlíková & V. Duffek (Eds.), *2019: E-learning: Unlocking the Gate to Education around the Globe: 14th Conference Reader* (pp. 40–59). Prague: Center for Higher Education Studies.
- Saxena, M., Bagga, T., & Gupta, S. (2021). HR during Covid-19 era: Study on recent HR transformations through technological tools and trends. *11th International Conference on Cloud Computing, Data Science & Engineering (Confluence)* (pp. 110–113). <https://doi.org/10.1109/Confluence51648.2021.9377167>
- Shivakumar, S.K. (2020). Digital workplace case study. *Build a Next-Generation Digital Workplace*. Apress, Berkeley, CA. https://doi.org/10.1007/978-1-4842-5512-4_7
- Tambe, P., Cappelli, P., & Yakubovich, V. (2019). Artificial intelligence in human resources management: Challenges and a path forward. *California Management Review*, 61(4), 15–42. <https://doi.org/10.1177/0008125619867910>
- Vorm, E.S. (2018). Assessing demand for transparency in intelligent systems using machine learning. *Innovations in Intelligent Systems and Applications (INISTA)* (pp. 1–7). <https://doi.org/10.1109/INISTA.2018.8466328>
- Zhang, B., Yin, C., David, B., Xiong, Z., & Niu, W. (2016). Facilitating professionals' work-based learning with context-aware mobile system. *Science of Computer Programming*, 129, 3–19. <https://doi.org/10.1016/j.scico.2016.01.008>

Bio notes:

Elizaveta A. Osipovskaya, PhD in Philology, Associate Professor, Mass Communication Department, Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University), 10 Miklukho-Maklaya St, bldg 2, Moscow, 117198, Russian Federation. ORCID: 0000-0002-4192-511X. E-mail: osipovskaya-ea@rudn.ru

Anastasiia A. Savelyeva, Assistant, School of Education, University of Tyumen, 6 Volodarskogo St, Tyumen, 625003, Russian Federation. ORCID: 0000-0002-7727-9850. E-mail: an.a.saveleva@utmn.ru

Сведения об авторах:

Осиповская Елизавета Андреевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры массовых коммуникаций, Российский университет дружбы народов, Российская Федерация, 117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 10, корп. 2. ORCID: 0000-0002-4192-511X. E-mail: osipovskaya-ea@rudn.ru

Савельева Анастасия Алексеевна, ассистент, Школа образования, Тюменский государственный университет, Российская Федерация, 625003, Тюмень ул. Володарского, д. 6. ORCID: 0000-0002-7727-9850. E-mail: an.a.saveleva@utmn.ru

РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

ADVERTISING AND PUBLIC RELATIONS

DOI 10.22363/2312-9220-2023-28-1-165-174

EDN: LEYCXI

UDC 659.4

Research article / Научная статья

VR-mediated storytelling of experience in destination branding: hybrid 4D transformations

Marina G. Shilina¹, Maria Sokhn², Julia Wirth²

¹*Plekhanov Russian University of Economics,*

36 Stremyannyi Pereulok, Moscow, 115093, Russian Federation

²*HES-SO University of Applied Sciences and Arts Western Switzerland,*

21 Espace de l'Europe, Neuchâtel, 2000, Swiss Confederation

 marina.shilina@gmail.com

Abstract. In COVID-19 era, destination branding faces the challenge of digitalization and virtual reality (VR) in particular. The fundamentals of VR-mediated storytelling in destination branding are in the process of being developed. There is a lack of research on immersive VR-mediated storytelling, scenarios, and messages in destination branding, especially realised with technologies of more complex – hybrid – immersivity (4D). The shift from 2D, 3D to 4D hybrid multisensory VR technologies is not only among the main technology developments – it provokes new research problems with VR-mediated destination branding and storytelling. The authors present the results of theoretical and empirical research of VR-mediated destination storytelling of a brand driven by the newest 4D hybrid multisensory technological approaches on the case of Switzerland. In Switzerland, VR-mediated projects in destination branding are developing actively last years but VR-mediated storytelling research in this field was not provided yet. In this regard, it was chosen 100 destination brand VR projects, presented in 2016–2022, to compare the parameters of VR-mediated storytelling of a brand. VR has to be included into brand storytelling paradigm, which must be rethought for this specific sphere. It was proved that it is more effective to combine different types of experience, virtual and physical both and make the VR-mediated brand storytelling hybrid. In terms of theoretical implications, this paper opened a specific research area by bridging theoretical and empirical ideas of destination branding, VR-mediated storytelling and digital media, technical and social communication.

Keywords: scenario, brand message, brand narrative paradox challenge, hyper-storytelling concept, hybrid-sensory VR modalities, Swiss VR

Conflicts of interest. The authors declare that there is no conflict of interest.

Article history: submitted November 21, 2022; revised December 18, 2022; accepted December 30, 2022.

© Shilina M.G., Sokhn M., Wirth J., 2023



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

For citation: Shilina, M.G., Sokhn, M., & Wirth, J. (2023). VR-mediated storytelling of experience in destination branding: Hybrid 4D transformations. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 28(1), 165–174. <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2023-28-1-165-174>

VR-сторителлинг в брендинге территории: гибридные 4D-трансформации

М.Г. Шилина¹, М. Сокн², Ю. Вирт²

¹Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, Российская Федерация, 115093, Москва, Стремянный пер., д. 36

²Университет прикладных наук и искусств Западной Швейцарии, Швейцарская Конфедерация, 2000, Невшаттель, пл. Европы, д. 21

 marina.shilina@gmail.com

Аннотация. Во времена COVID-19 для брендинга территорий появляются новые вызовы цифровизации, в частности виртуальная реальность (VR). В брендинге территории VR-сторителлинг находится в процессе становления. Изучение иммерсивных VR-историй, сценариев и сообщений, особенно реализованных с помощью технологий более сложной гибридной иммерсивности (4D), весьма востребовано в геобрендинге. Переход от 2D и 3D к гибридным мультисенсорным VR-технологиям 4D фиксирует не только технологические трансформации в геобрендинге, но и провоцирует новые исследовательские проблемы. Представлены результаты теоретического и эмпирического исследования VR-сторителлинга в геобрендинге с использованием новейших гибридных мультисенсорных технологических подходов 4D на примере Швейцарии. В Швейцарии VR-проекты в геобрендинге активно развиваются в последние годы, но VR-сторителлинг прежде не изучался. Сравнение параметров ста VR-историй брендов (2016–2022) показало, что требуется создание особых параметров VR для геобрендинга. Доказано, что наиболее эффективной является гибридная история бренда. С точки зрения теории, данная работа открывает особую исследовательскую область, соединяя теоретические и эмпирические идеи брендинга территории, VR-сторителлинга и цифровых медиа, технической и социальной коммуникации.

Ключевые слова: сценарий, сообщение бренда, парадокс повествования бренда, концепция гиперповествования, гибридно-сенсорные модальности, швейцарский VR

Заявление о конфликте интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

История статьи: поступила в редакцию 21 ноября 2022 г.; отрецензирована 18 декабря 2022 г.; принята к публикации 30 декабря 2022 г.

Для цитирования: *Shilina M.G., Sokhn M., Wirth J.* VR-mediated storytelling of experience in destination brand-ing: hybrid 4D transformations // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2023. Т. 28. № 1. С. 165–174. <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2023-28-1-165-174>

Introduction

Contemporary branding itself, and destination branding in particular, is grounded on customer loyalty (Rubio, Yagüe, 2019). In economy of impression, the strength of the brand and quality of brand-to-customer relationship depends on customers

emotional responses, their “love and passion” (Gómez-Suárez et al., 2016), interactivity and immersion (Flavián et al., 2021). In destination branding, a more intense consumer involvement means more significant engagement with the territory. In other words, a higher destination branding impact is generated by a higher quality of customer presence and involvement, not only physical, but virtual digital-driven, especially at times of pandemic restrictions (Neidhardt, Wörndl, 2020).

In COVID-19 era, destination branding faces the challenge of digitalization and virtual reality (VR) in particular (Neidhardt, Wörndl, 2020). Firstly, virtual reality as a source of social communication, was used as a video games tool in the 1980s. In the 2015s, it became a widespread technology in promotion (Ahmed, 2018). In the 2020s, VR technologies in destination branding are not novel but VR as a practice of a brand – and a field of scientific research is still on its infancy (Beck et al., 2019).

Despite the absence of commonly appropriated definition and theoretical fundamentals of VR in destination branding (and social sciences itself), from the technological point of view it is an interface/technical system which enhance the perception of being there in that environment (Slater, 2009). First, VR is caused by such multisensory factors as visual (i.e., field of view, animated elements, stereoscopy, etc.), audial (spatialized sound, etc.), tactile/sensor, etc. To define VR beyond its technological features, at the next – social communication (i.e., destination branding) – level, researchers tried to explain the VR with the dichotomic categories of “immersion” and “presence” – technological and social both. Immersion as a core characteristic of VR means the degree to which the sensory information provided by a certain display technology responds to user actions in a way that resembles that of the physical world (Slater, Sánchez-Vives, 2016). Presence relates to the various psychological effects of immersion (Vettehen et al., 2019).

It is proved, that VR as a professional communication tool provides consumer with a new virtual experience of the brand which is closer to or even richer than a non-virtual one because it engages all human senses, involves customers multisensory – and intensifies their emotions (Beck, Egger, 2018). The VR experience depends on the level of user’s technology acceptance, from virtual to hybrid (in case of 4D) (Stienmetz et al., 2022). VR improves customer experience along all its customer journey (Hollebeek et al., 2020). It is used in-situ, before, during and after the travel – or even except of it. As a result, VR experience creates awareness to the brand and influenced on a more positive attitude towards a destination (Verma et al., 2022).

Thus, VR as a mediated experience in destination branding can be defined as a digital-driven interactive real or simulated virtual or hybrid environment in which target audience get immersed and perceive presence to reach brand awareness and improve loyalty.

Experts emphasised, that implementation of VR could play a critical role in brand’s performance and considered VR the future of professional communication (Van Kerrebroeck et al., 2017). And vice versa, negatively perceived VR could diminish the brand relationship (Pratisto et al., 2022).

How to get target audiences immersed for brand purposes? To realise a positively perceived VR project for destination brand promotion, professional stories –

with scenarios, brand messages, main characters, etc. – are needed. The aim of VR story/scenario in brand promotion is to reach a high level of audience engagement due to “believable”, interactive and immersive presence to give target audience a new and unique experience of communication with a brand – and to improve brand loyalty. Brand message presents the main idea of the brand promotion project/campaign (Verma et al., 2022). In destination branding, VR-mediated storytelling – grounded on professional scenario – can be defined as a technology of creating and managing target audience experience of VR-mediated communication with a destination brand to reach the goals of the brand promotion project/campaign.

Research problem, design and method of the research. Provided analysis of current relevant research literature (up to 2023) and practice of VR and VR-mediated storytelling in destination branding (2016–2023) opens several limitations. There is a lack of research on immersive VR-mediated storytelling, scenarios and messages in destination branding, especially realised with technologies of more complex – hybrid – immersivity (4D). The shift from 2D, 3D to 4D hybrid multisensory VR technologies is not only among the main technology developments – it provokes new research problems with VR-mediated destination branding and storytelling.

The purpose of the study is to answer some important questions about the essence of current VR-mediated destination storytelling of a brand driven by the newest 4D hybrid multisensory technological approaches.

The following hypothesis designed for this research indicates the necessity of investigating the newest parameters of VR as a source of destination branding realised in VR-storytelling of experience.

H1: As every new sensory input increase brand effectiveness – because it takes the user off the traditional cognitive track (Krishna, 2012), – it is more effective to combine different types of experience, virtual and physical both and makes the VR-mediated brand storytelling hybrid as well.

RQ1a: What are the main features of VR-mediated storytelling of experience in destination branding?

RQ1b: How is VR-mediated storytelling of experience in destination branding improved by immersive virtual and hybrid technologies?

To answer these questions the relevant theoretical background will be found – and a theoretical framework for the analysis will be built. To check the parameters of VR-mediated storytelling of experience, the analysis of empirical data of VR-mediated stories/VR cases ($n = 100$, 2016–2022) in destination branding in Switzerland will be made. Then, for identifying the parameters of different types of VR-mediated brand stories – virtual (2D, 3D) and hybrid (4D) – a comparative analysis of the VR-mediated storytelling of different destination brand projects of the same territory will be provided.

Results and discussion

VR-mediated storytelling: mapping the research field

In branding, storytelling is understood as a technology of management of target audience attention due to presenting the ideas of brand promotion project/campaign for brand loyalty improving (Miller, 2019).

What are the main features of VR-mediated storytelling of experience in destination branding? Provided analysis of relevant literature demonstrates the research interest to the topic in creative industries but lack of research in branding itself and destination branding, in particular. There is a need to conceptualise this new field in the growing industry and research area. We are mapping the main directions of the VR-mediated storytelling for destination branding in accordance with the basic points of view on the concept in branding and media.

Types of VR technologies a priori enrich the types of brand stories. Traditional story/scenario for digital 1D brand story (digital film, television or animated brand story, offline film story, etc.) is focused on viewer from target audience as a passive object.

Digital storytelling – and VR in particular – puts in the user as an active actor who is tailoring its own story and specific experience (Shilina, Wirth, 2021).

VR-mediated stories/scenarios get a viewer involved, and the level of interactivity and immersivity differs due to technologies. Most of the current practices and research rely on the use of 360°-video as 2D technology. In 3D format, 360°-video gives the user the impression of being physically located within the environment where the events take place. A 4D presentation of content combines different types of experience, virtual and physical both.

The scientific – and empirical – questions and problems in the field of VR-mediated storytelling of a destination brand are under discussion (Barreda-Ángeles et al., 2021). There is no common point of view on all the concepts in VR storytelling. For instance, from one hand, researchers describe the genesis of VR stories in connection with the western narrative tradition – from ancient Greece to mainstream contemporary theatre, film and television stories. They argue that VR-mediated narratives are similar to the very first experiences of filmmakers of 19th century. From the other hand, digital interactive and computer-mediated VR story is a specific narrative medium (Meyer, 1995) – and must have its own methodology, model of communication, etc.

The content issues are under the discussion as well, among them the balance between VR-mediated stories and computer-generated images and environment (CGI, CGE). In several studies with 360°-video (Dooley, 2017) high level of immersion impaired memory for the information, other studies with 360°-video did not find significant effects of immersive stories on recognition (Vettehen et al., 2019).

Discussion on content presents an arousing content as the most effective one. It activates the motivational systems that allocate cognitive resources, increasing available resources and improving information recall (Fisher et al., 2018). On the other hand, arousing messages also demand more resources to be processed than calm ones, contributing to depleting available resources (Lang, 2017).

Despite the fact, that the basics of VR-mediated storytelling is in the process of being developed, a few limitations are approved. For instance, the average length of VR story is around 10 minutes or less. The time limit relates to viewer comfort because wearing a head mounted display (HMD) is not feasible for long periods of time.

The author of VR-mediated story must consider some another limitation, i.e., health effect as a problem caused by a VR – when a user's health degrades (eye strain, headache, disease, etc.).

To reach more interactivity and immersivity – and effectiveness, in VR-mediated storytelling, the conceptual gamification framework for VR applications is used by mixing game elements into 360°-video storytelling: after presenting the 360°-video to convey information, the user gets a quiz and a motivational factor (Argyriou et al., 2017). This approach could benefit from replayability value, but usually the game is played once.

VR-mediated brand projects face many other challenges, the most provoking of them take place when users not only missing finding the triggers, but the brand message or other important information. Among the problems is a less focused attention and recognition of brand information. VR-mediated storytelling provokes the so-called narrative paradox challenge, defined by the struggle between paying attention to the main storyline and the freedom of choice resulting from the interactive scenarios (Huang et al., 2013). The narrative paradox challenge can be solved by using emergent narratives based on the immersive user-to-machine communication model, for instance in 4D applications. The hyper-storytelling (Louchart, Aylett, 2003) is attracting the target audience through the qualitative storytelling as well. It means, that a brand must use scenario with all the classic storytelling components and brand message (Jerald, 2015). Thus, the solution for the narrative paradox is the motivation. In other words, well-tailored and 4D immersive VR-mediated brand story could improve brand promotion effectively.

***VR-mediated storytelling of experience:
analysing Swiss cases***

In Switzerland, VR-mediated projects in destination branding are developing rather actively last years¹ but VR-mediated storytelling research in this field was not provided yet.

In this regard, it was chosen 100 destination brand VR projects, presented in 2016–2022, to compare the parameters of VR-mediated storytelling of a brand (scenario and brand message).

Ist stage. Method and results. All the projects were divided into several groups in accordance with proposed in this research mixed multi levelled classification. At the first stage, projects were analysed on technical dimensions. All the formats – 360° photos, 360° video emulation, 360° videos, directional motion, VR with interactivity and haptic landscapes – were divided under the concept of immersion (Ma, 2020) as non-immersive (2D) and semi-immersive (3D). We propose to define as “fully immersive” hybrid projects as the most complex. In fact, the level of immersivity depends on factors related to human-to-machine interaction (Felton, Jackson, 2022) proposed by C. Flavián, S. Ibáñez-Sánchez and C. Orús (2021): a technological factor (embodiment), a human dimension (presence), and a behavioural factor (interactivity).

The Swiss destination brand projects were presented in all the categories and immersive VR-mediated projects were dominated. The majority of VR-stories – both non-immersive and immersive – are not multisensory – only sight and hear-

¹ SECO. (2020). *Message sur la promotion économique pour les années 2020 à 2023*. Retrieved December 10, 2022, from https://www.seco.admin.ch/seco/fr/home/Standortfoerderung/botschaft_standortfoerderung/Botschaft_zur_Standortfoerderung2020-2023.html

ing are used in them. There are only a few projects presenting a multisensory experience, where touching is not reduced only to interaction with a keyboard or the HMD. Hybrid 4D stories (“fully immersive”) look like multi sensitive due a wider spectrum of sensations.

Then a technological factor was analysed, and in 2D stories embodiment was low, and higher in 3D and 4D ones. The analysis of a human dimension shows presence the mi-middle level in 2D stories, a higher in 3D and the highest in 4D. Comparing a behavioural factor, we found that interactivity in 2D stories is low, middle in 3D and the highest in 4D.

The narrative paradox challenge was not found because of absence of professional brand scenarios and messages in all the cases. In fact, all the VR projects were not structured as brand stories. In other words, it means that without professional brand scenarios and messages they are semi-effective – because they work only in traditional for such project’s human-to-machine interaction paradigm and not as a professional brand tool.

2nd stage. Method and result. We did not find professional VR-mediated storytelling cases of destination branding at the 1st stage of our research. However, it was decided to compare three VR projects about Matterhorn made by one brand (Red Bull) in three different categories of VR. Three VR-projects about Matterhorn are: (1) non-immersive 360° desktop video (2D virtual story on external devices), (2) immersive 360° video on internal devices panorama (HMD, 3D virtual story) and (3) immersive hybrid 4D story with haptic devices.

Despite the absence of professional brand scenario and brand messages in the three VR brand cases, the provided analysis of basic factors – a technological factor (embodiment), a human dimension (presence), and a behavioural factor (interactivity) – shows that immersive hybrid 4D story with haptic devices is the most effective one (Table).

Comparative analysis of Matterhorn VR cases respectfully to the type of storytelling

	Project name	Product type	Level		
			Technological embodiment	Interactivity	Presence
<i>Category 1. Non-immersive on external devices</i>					
1.	Matterhorn: Panorama 360°	360° desktop video, 2D virtual story	Low	Low	Middle
<i>Category 2. Immersive on internal devices</i>					
1.	Matterhorn: Panorama 360°	HMD 360° video 3D virtual story	High	Middle	Middle
<i>Category 3. Immersive with haptic devices</i>					
1.	Red Bull The Edge (Matterhorn)	Immersive with haptic devices 4D story	High	High	High

Source: performed by the authors.

Conclusion

VR-mediated projects in destination branding are on demand. The initial stage of development and its possible theoretical insights and concepts need to be addressed the more complex stage of analysis. The scientific – and empirical – questions and problems in the field of VR-mediated storytelling of a destination brand are under discussion. The concept of VR-mediated storytelling is in the pro-

cess of being developed. The parameters of VR-mediated storytelling in destination branding, accordingly with traditional brand story structure or its new specific, are not conceptualised yet, and did not find empirically. The main features of VR-mediated storytelling of experience in destination branding were conceptualised in accordance with the basic points of view on the concept in branding and media.

The parameters of VR-projects, used by majority of destination brands in Switzerland, shows presence of classic modalities of VR: technological (embodiment), a human dimension (presence), and a behavioural factor (interactivity). Despite of the clear theoretical parameters of effectiveness, many projects are not multisensory and immersive. The research clarified the highest effectiveness of hybrid 4D projects in comparison with 3D and 2D ones.

The VR projects were not structured as brand stories, they work only in traditional human-to-machine interaction paradigm and not as a professional brand tool. The narrative paradox challenge in VR-stories was not found because of absence of professional brand scenarios and messages. Research of VR-mediated storytelling of experience in destination branding shows the need to be included into brand storytelling paradigm, which must be rethought for this specific sphere.

The hypothesis was proved because it was proved that it is more effective to combine different types of experience, virtual and physical both and make the VR-mediated brand storytelling hybrid.

In terms of theoretical implications, this study opened a specific research area by bridging theoretical and empirical ideas of destination branding, VR-mediated storytelling and digital media, technical and social communication.

The results highlighting the various limits of VR in destination branding, connected with multidisciplinary approaches – in branding, brand storytelling, media studies, linguistics, etc. Further limitations of our research are related to the choices made for the use of quantitative and qualitative, psychophysiological methods. For further research there is a need to apply relevant objective and subjective measurement techniques, such as personal observations or interviews to verify the results and to gain further insights.

References

- Ahmed, R. (2018). *Immersive virtual reality advertisement: Examining the effects of vividness and interactivity on consumers' psychological responses* (PhD thesis). Retrieved October 18, 2022, from <https://shareok.org/handle/11244/301311>
- Argyriou, L., Economou, D., & Bouki, V. (2017). 360-degree interactive video application for cultural heritage education. *Third International Conference, iLRN 2017, Coimbra, Portugal, June 26–29, 2017: Proceedings* (pp. 297–304). <https://doi.org/10.3217/978-3-85125-530-0-44>
- Barreda-Ángeles, M., Aleix-Guillaume, S., & Pereda-Baños, A. (2021). Virtual reality storytelling as a double-edged sword: Immersive presentation of nonfiction 360°-video is associated with impaired cognitive information processing. *Communication Monographs*, 88(2), 154–173. <https://doi.org/10.1080/03637751.2020.1803496>
- Beck, J., & Egger, R. (2018). Emotionalise me: Self-reporting and arousal measurements in virtual tourism environments. In B. Stangl & J. Pesonen (Eds.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2018* (pp. 3–15). Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-72923-7_1

- Beck, J., Rainoldi, M., & Egger, R. (2019). Virtual reality in tourism: A state-of-the-art review. *Tourism Review*, 74(3), 586–612. <https://doi.org/10.1108/TR-03-2017-0049>
- Dooley, K. (2017). Storytelling with virtual reality in 360-degrees: A new screen grammar. *Studies in Australasian Cinema*, 11(3), 161–171. <https://doi.org/10.1080/17503175.2017.138735>
- Felton, W.M., & Jackson, R.E. (2022). Presence: A review. *International Journal of Human – Computer Interaction*, 38(1), 1–18. <https://doi.org/10.1080/10447318.2021.1921368>
- Fisher, J.T., Keene, J.R., Huskey, R., & Weber, R. (2018). The limited capacity model of motivated mediated message processing: Taking stock of the past. *Annals of the International Communication Association*, 42(4), 270–290. <https://doi.org/10.1080/23808985.2018.1534552>
- Flavián, C., Ibáñez-Sánchez, S. & Orús, C. (2021). Impacts of technological embodiment through virtual reality on potential guests' emotions and engagement. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 30(1), 1–20. <https://doi.org/10.1080/19368623.2020.1770146>
- Gómez-Suárez, M., Benito, L., & Campo, S. (2016). Exploring the link between brand love and engagement through a qualitative approach. *International Journal of Business Environment*, 8(4), 367–384. <https://doi.org/10.1504/IJBE.2016.080882>
- Hollebeek, L., Andreassen, T.W., Clark, M., Sigurdsson, V., & Smith, D. (2020). Virtual reality through the customer journey: Framework and propositions. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55(C). <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102056>
- Huang, Y-C., Backman, S., Backman, K., & Moore, D. (2013). Exploring user acceptance of 3D virtual worlds in travel and tourism marketing. *Tourism Management*, 36(C), 490–501. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.09.009>
- Jerald, J. (2015). *The VR book: Human-centered design for virtual reality*. San Rafael, CA: Morgan & Claypool.
- Krishna, A. (2012). An integrative review of sensory marketing: engaging the senses to affect perception, judgment and behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 22, 332–351. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2011.08.003>
- Lang, A. (2017). Limited capacity model of motivated mediated message processing (LC4MP). In P. Roessler, C. Hoffner & L. van Zoonen (Eds.), *The International Encyclopedia of Media Effects* (pp. 1–9). Wiley & Sons. <https://doi.org/10.1002/9781118783764.wbieme0077>
- Louchart, S., & Aylett, R. (2003). Solving the narrative paradox in VEs – lessons from RPGs. In T. Rist, R.S. Aylett, D. Ballin, & J. Rickel (Eds.), *Intelligent Virtual Agents*, 2792, 244–248. Springer, Berlin, Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-540-39396-2_41
- Ma, Z. (2020). Effects of immersive stories on prosocial attitudes and willingness to help: Testing psychological mechanisms. *Media Psychology*, 23(6), 865–890. <https://doi.org/10.1080/15213269.2019.1651655>
- Meyer, K. (1995). Dramatic narrative in virtual reality. In F. Biocca & M. Levy (Eds.), *Communication in the Age of Virtual Reality* (pp. 219–258). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates. <https://doi.org/10.4324/9781410603128>
- Miller, C.H. (2019). *Digital storytelling: A creator's guide to interactive entertainment* (4th ed.). Boca Raton: CRC Press. <https://doi.org/10.1201/9780429440045>
- Neidhardt, J., & Wörndl, W. (Eds.). (2020). *Information and communication technologies in tourism*. Springer, Cham. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-36737-4>
- Pratisto, E.H., Thompson, N., & Potdar, V. (2022). Immersive technologies for tourism: A systematic review. *Information Technology & Tourism*, 24(2), 181–219. <https://doi.org/10.1007/s40558-022-00228-7>
- Rubio, N., & Yagüe, M. (2019). *Customer loyalty and brand management*. Basel: MDPI.
- Shilina, M.G., & Wirth, J. (2021). Immersive technologies in media: Towards the concept of generative mediatization? *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 26(4), 672–680. <https://doi.org/10.22363/2312-9220-2021-26-4-672-680>
- Slater, M. (2009). Place illusion and plausibility can lead to realistic behaviour in immersive virtual environments. *Philosophical Transactions of the Royal Society of London B: Biological Sciences*, 364(1535), 3549–3557. <https://doi.org/10.1098/rstb.2009.0138>

- Slater, M., & Sánchez-Vives, M.V. (2016). Enhancing our lives with immersive virtual reality. *Frontiers in Robotics and AI*, 3. <https://doi.org/10.3389/frobt.2016.00074>
- Stienmetz, J.L., Ferrer-Rosell, B., & Massimo, D. (Eds.) (2022). *Information and communication technologies in tourism 2022: Proceedings of the ENTER 2022 eTourism Conference, January 11–14, 2022*. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-94751-4>
- Van Kerrebroeck, H., Brengman, M., & Willems, K. (2017). When brands come to life: Experimental research on the vividness effect of virtual reality in transformational marketing communications. *Virtual Reality*, 21(4), 177–191. <https://doi.org/10.1007/s10055-017-0306-3>
- Verma, S., Warriar, L., Bolia, B., & Mehta, S. (2022). Past, present, and future of virtual tourism – a literature review. *International Journal of Information Management Data Insights*, 2(2), 100085. <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2022.100085>
- Vettehen, P.H., Wiltink, D., Huiskamp, M., Schaap, G., & Ketelaar, P. (2019). Taking the full view: How viewers respond to 360-degree video news. *Computers in Human Behavior*, 91, 24–32. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.09.018>

Bio notes:

Marina G. Shilina, Professor, Plekhanov Russian State University of Economics, 36 Stremyanny Pereulok, Moscow, 117997, Russian Federation; Lomonosov Moscow State University, 1 Leninskie Gory, Moscow, 119991, Russian Federation. ORCID: 0000-0002-9608-352X. E-mail: marina.shilina@gmail.com

Maria Sokhn, Professor, Haute Ecole de Gestion Arc, HES-SO University of Applied Sciences and Arts Western Switzerland, 21 Espace de l'Europe, Neuchâtel, 2000, Swiss Confederation. ORCID: 0000-0001-7586-0564. E-mail: Maria.sokhn@he-arc.ch

Julia Wirth, Associated Professor, Haute Ecole de Gestion Arc, HES-SO University of Applied Sciences and Arts Western Switzerland, 21 Espace de l'Europe, Neuchâtel, 2000, Swiss Confederation. ORCID: 0000-0002-1006-9349. E-mail: Julia.wirth@he-arc.ch

Сведения об авторах:

Шилина Марина Григорьевна, профессор Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, Российская Федерация, 117997, Москва, Стремянный пер., д. 36; Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Российская Федерация, 119991, Москва, Ленинские горы, д. 1. ORCID: 0000-0002-9608-352X. E-mail: marina.shilina@gmail.com

Сокн Мария, профессор, Высшая школы менеджмента, Университет прикладных наук и искусств Западной Швейцарии, Швейцарская Конфедерация, 2000, Невшатель, пл. Европы, д. 21. ORCID: 0000-0001-7586-0564. E-mail: Maria.sokhn@he-arc.ch

Вирт Юлия, доцент Высшей школы менеджмента, Университет прикладных наук и искусств Западной Швейцарии, Швейцарская Конфедерация, 2000, Невшатель, пл. Европы, д. 21. ORCID: 0000-0002-1006-9349. E-mail: Julia.wirth@he-arc.ch



DOI 10.22363/2312-9220-2023-28-1-175-186

EDN: LWTRFY

UDC 659.1

Research article / Научная статья

Decoding the myth of luxury in cosmetics herbal products advertisements

Sharmila Kayal¹, Ruma Saha²

¹Adamas University,
Barasat, 700126, Republic of India

²Manipal University Jaipur,
Rajasthan, 303007, Republic of India

 sharmilakayal@gmail.com

Abstract. The study begins with a perilous standpoint of lovely images (female/male/child) in the mass media being regularly developed a formulaic typecasting concept of beauty. Quite a few feminine beauty myths have been grown in India during the contemporary times. The rise of cosmetic herbal advertisements portraying regressive images of womanly beauty to endorse products. Cosmetics perception of herbal integration is observed in respect to beauty myths portrayed by the media. The authors examine the structures of beauty myths of cosmetic herbs in India and their fundamental features. This is because of deep rooted androcentric dogma which portrays and objectifies the certain gender (especially women). Media vehemently disseminates much distorted concept of “beauty”. Brand changes their entire appearance with varied makeup products. There are evidently many products are available in the market which promises to bring a change in color/look/appearance altogether which is not always true but the study argues that the narratives of these cosmetic herbal products is creating an illusion. Roland Barthes's theory of mythology has been taken into consideration to understand the luxury of myth, and attributes of misleading information of media content. The study further directs to assimilate the perception of the consumers along with the semiology in depicting the beauty myth. There is a huge gap between women in reality and representative women in the mass media. It is very crucial to have a balanced perception of perceived images presented or drive by the mass media.

Keywords: beauty myth, Indian beliefs, Roland Barthes, mythology theory

Conflicts of interest. The authors declare that there is no conflict of interest.

Article history: submitted November 9, 2022; revised December 18, 2022; accepted December 28, 2022.

For citation: Kayal, S., & Saha, R. (2023). Decoding the myth of luxury in cosmetics herbal products advertisements. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 28(1), 175–186. <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2023-28-1-175-186>

© Kayal S., Saha R., 2023



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

Расшифровка мифа о роскоши в рекламе косметических средств растительного происхождения

Ш. Каял¹, Р. Саха²

¹Университет Адамас,

Республика Индия, 700126, Барасат

²Манипальский университет Джайпура,

Республика Индия, 303007, Раджастан

✉ sharmilakayal@gmail.com

Аннотация. Образы прекрасного (женского/мужского/детского) в средствах массовой информации регулярно разрабатывают шаблонную типологическую концепцию красоты. В Индии в современную эпоху сформировалось довольно много мифов относительно женской красоты, множится реклама косметических натуральных средств, изображающих регрессивные женские образы для продвижения продукции. Цель исследования – рассмотреть фундаментальные особенности мифов красоты в рекламе косметических растительных средств в Индии. Имеет место глубоко укоренившаяся андроцентрическая догма, которая изображает и объективирует определенный пол. СМИ настойчиво распространяют искаженное представление о красоте. На рынке существует множество продуктов, которые обещают полностью изменить внешность, что не всегда соответствует действительности: установлено, что рекламные нарративы косметических растительных продуктов создают иллюзию. Для понимания мифологии и атрибутики вводящей в заблуждение информации медиаконтента применялась теория мифологизации Ролана Барта. Наряду с семиологией в изображении мифа о красоте изучено восприятие потребителей. Существует огромный разрыв между женщинами в реальности и репрезентативными женщинами в СМИ. Таким образом, необходимо сбалансированное восприятие воспринимаемых образов, представленных или созданных средствами массовой информации.

Ключевые слова: миф о красоте, индийские верования, теория Ролана Барта

Заявление о конфликте интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

История статьи: поступила в редакцию 9 ноября 2022 г.; отрецензирована 18 декабря 2022 г.; принята к публикации 28 декабря 2022 г.

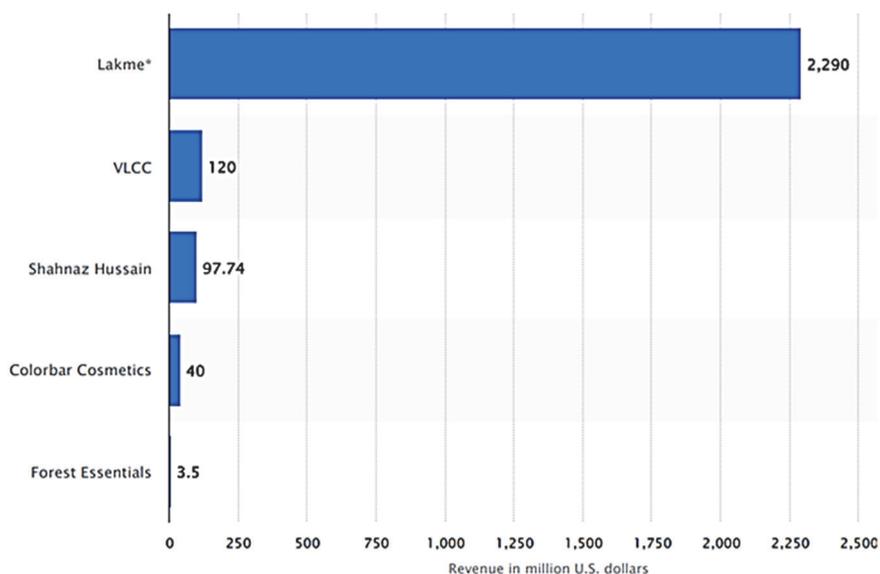
Для цитирования: *Kayal S., Saha R. Decoding the myth of luxury in cosmetics herbal products advertisements // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2023. Т. 28. № 1. С. 175–186. <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2023-28-1-175-186>*

Introduction

Indian society for a longer period of time has a fixed notion of beauty and aesthetics on women. These notions appear to be imposed more on women but not on men always. The ideation of rigid unvarying notions about female beauty, seem to be wrapped in myth. Through the various means of communication (visual, auditory, rhetoric and interpersonal) the myth of “beauty” ingrained with social ubiquitous which may go against with the aesthetics and geographical structured of places in India. Media plays an important role for constructing the myth which is egreious and turns out to be widespread. It furthermore disseminates and became the ideology through impactful images and narratives via interactive media

in a stringent manner. This creates to the culture of hyper-image, hyper-notion which is far away from the reality. Cosmetics herbal products on the other hand have always apprehended a significant place in the lives of the people. It has been ingrained in our lives from ancient times as because the impression been established and it has been made people to believe. The substances are deep-rooted and establishes the idea been derived from natural sources only and there are chemical composites (less significant and lesser emphasized) or a mix of both. These herbal cosmetics include personal care, skincare, makeup, fragrances, and what not. It helps to protect, clean, and enhance one’s body.

According to Statista research department data of 2022, L’Oréal Paris tops the list of best ten leading cosmetic brands which has brand value worth 11.22 billion US Dollar. Based on the survey, skin care category is the largest cosmetics industry among six categories¹ and there are handful MNC’s (multi-national corporations) which are ruling in global market² (Figure).



Revenue of Indian Cosmetics, 2016

Source: India – revenue of cosmetics brands by selected companies 2016. Statista. Retrieved May 10, 2022, from <https://www.statista.com/statistics/877041/india-revenue-of-cosmetics-brands-by-selected-companies/>

There is a paradigm shift in the cosmetic industry in India which has evolved substantially. The changing lifestyles and improved awareness are the major factor for this. This can be understood by the data of for the year 2020,³ which had seen \$20 billion growth (includes mainly bath and shower items) top

¹ L’Oréal: 2021 Annual Report. Retrieved July 25, 2022, from <https://www.loreal-finance.com/en/annual-report-2021/>

² Bharti. (2022, February 2). Top 10 best cosmetic companies in India in 2022. *Inventiva*. Retrieved June 20, 2022, from <https://www.inventiva.co.in/trends/top-10-cosmetic-companies-india-2022/>

³ India – revenue of cosmetics brands by selected companies 2016. *Statista*. Retrieved May 10, 2022, from <https://www.statista.com/statistics/877041/india-revenue-of-cosmetics-brands-by-selected-companies/>

the way. The unorganised market sector controls the India's FMCG and retail sectors, which accounted for a greater percentage of total sales than online channels, in spite of the rapid expansion in online mode in contemporary times.

Research context

A recent research paper is published "Purchasing natural personal care products in the era of fake information of news content or through mainstream media? The moderation effect of brand trust" in 2021. In this paper, researchers tried to investigate the association between fake information of news content or through mainstream media and purchasing behavior related to natural personal care products. The researchers studied this association based on the theory of Stimulus Organism Behaviour Consequences. The result showed openness to change is associated with perceived benefit and risk. Also, the perceived benefit and trust are associated with the purchase, which is associated with a tendency to believe in fake information of news content or through mainstream media and act upon it (Kumar et al., 2021).

The recent research paper is published on "Social media to check and verify fake information of news content or through conventional media info associated with product marketing: the false misleading content of ads corpus" on 2022. The researchers aimed at creating a fake advertisement corpus that includes tweets of product advertisements. This study aims to understand the impact of fake (misleading and disinformation) of news and advertisements or marketing of specific products targeted through Twitter to grab consumer attention. The corpus is a unique technique with specific stories and fine-grained annotation. Annotation is guided by domain experts (Alnazzawi et al., 2022).

The research article is published in "Aging skin and food supplements: the myth and the truth" on 2021. The researchers investigated the myth of the anti-aging treatment of skin which is correcting from the inside with. The study wants to find whether active ingredients used in the oral treatment of skin aging have been effective in its use or not as per scientific evidence (Rona, Berardesca, 2022).

The research paper is published in "Herbal Cosmetics: Trends in Skin Care Formulation" on 2009. The researchers reviewed scientific data on herbal cosmetic formulation and tried to find the cosmetic importance of herbs that can be used in the formulation (Ashawat et al., 2009).

Research is done and published as an article with the title "Ethnopharmacological relevance's of herbal plants used in cosmetics and toiletries preparations" on 2021. The researchers tried to investigate different pharmacognostic and other important information related to medicinal plants used as key ingredients in cosmetics and toiletries making (Motule et al., 2021).

The research article is recently published with the title "Potential use of essential oils in cosmetic and dermatological hair products: A review" on 2021. The researchers tried to do a bibliographic review of essential oils used in hair care. They aimed at highlighting potential findings and results of research on essential oils used in hair care. The result of this bibliographic review showed cosmeceuticals containing essential oils are applied on the scalp to solve topical problems. Oils are mostly used to intensify the brightness of hair and fix hair color. Thus, research

demonstrated the usefulness of essential oil in cosmetic products or oil carriers to satisfy the need for the treatment of scalp dysfunction (Abelan et al., 2021).

There is research done in the area of purchasing herbal products in the era of fake information of news content and the effect of brand trust in it. There is further research in the area of detection of fake information of news content or through mainstream media related to product marketing in social media. There is research work done in the area of herbal active nutrient usage in the treatment of aging skin. Research is done on the area of herbal ingredients' effectiveness in cosmetic formulation. How useful are medicinal plant usage in cosmetic products and toiletries are some other areas where research has already taken place. But there is hardly any case study-based research on decoding myth related to herbal cosmetic products.

Objectives and research agenda

Various advertisements of cosmetics disseminate an intentional glamorizing concept of beauty. The stereotypical perception of "beauty" conforms to aesthetic principles by Indian Media. The images of cosmetics advertising have turned to an appropriate text to evaluate female beauty myths adopted by the various media in recent times. The advertised images of the ten best-selling companies have been selected. These images were further divided into two basic signs: imaginary sign and lingual sign. According to preselected measures, few figurative images have been chosen to reflect the frequency of average of cosmetics advertisements for 2021–22 year. Selected cases have been taken into consideration to find out the myths, debunk, and accuracy of commitment of select brands. There are some cases which have been reported, published in the form of article (leading national daily) and blogs (website) been selected to understand the misinformation, misnomers of the 'mythic concept of beauty'. Furthermore, Roland Barthes' Mythology theories have been preferred as a research method because of its appropriateness of inspecting myths and principles through image study (of advertisements and products). According to Roland Barthes, tri-dimensional pattern – the signifier, the signified and the sign is an integral part to be understood and examining with. Myth is often been integrated or derived from a semiological (objects, gestures and pictorial images) system which inherits with sign which often creates the perception at first and signifier forms after it.

To examine the advertising messages through semiotic analysis, preselected feminine images, two research questions have been formed:

1. What happens to be the archetypal beautiful women from the year 2015, based on Indian cosmetics advertisements?
2. How the concept of female beauty myth integrates in public messages through advertisement's and how its concealed dogma been reflected in Indian cosmetics advertisements?

The objective of the study is to examine the structures of beauty myths of cosmetic herbals in India and study their fundamental features.

The ten best-selling cosmetics companies in India are – Himalaya Herbals, Lotus Herbals, Khadi Natural, Vaadi Herbals, Just Herbs, Biotique, Forest Essentials, Ayur Herbals, VLCC, Jovees herbal.

Among them, all are unisex products, only Just Herbs do not use female models and human figures in their advertisements, are nine brands of these com-

panies have multiple different products for different categories (skin care overall, baby care, beauty care). Following cases will try to understand how the beauty of myth been promulgated.

Case 1: Aromatherapy creams and associated myth

Aromatherapy creams are believed to have essential oils. All herbal creams are of dirt or off-white color due to the addition of bee wax to it. Aromatherapy products have natural oils in them which is why they are unscented. If the product is scented then there is the synthetic product in it. If the natural products are colored then that is synthetic color in it. The synthetic product reduces the effectiveness of aroma oils. All natural products use essential oils or aroma oils. So, while buying natural products, the consumer must check these facts and not get convinced by brand name, packaging, or scent.⁴

Case 2: Natural skincare products are safer but not always

Times of India has reported that during one survey by the Centre of Science and Environment in 2014, on leading cosmetic brands, found the presence of heavy metals and harmful chemicals in synthetic cosmetic products. Consumers preferred natural products due to the notion of the long-term side effects of synthetic cosmetic products. Now the question arises regarding the notion of so-called herbal products being *safe*. Industry expert and cosmetologist opined those manufacturers tagging this cosmetic product as herbal are not well-regulated in the Indian market. Experts also opined those cosmetics claiming herbal can have one or two elements of herbs along with chemical elements. These are tagged herbal products to lure more consumers.

Moreover, products claimed to be 100 percent natural are misleading as they require more chemicals to stabilize the base; their shelf life will decrease to a maximum of six months. Apart from this more advanced technology is required to stabilize the base of 100 percent natural products which will increase the overall cost of production and so the selling price will be very high. Experts also advised that herbal products can be allergic to the user.

Moreover, total extract can be harmful as there are many other components present which are not suitable for the skin. Fake claims in the advertisements for herbal cosmetic products are further confusing to consumers.

Experts and doctors of cosmetic consultancy firms have given examples for misinformation; aloe vera does not have cleansing properties so advertisements claiming it by associating aloe vera with facewash are pure misinformation. Most importantly the consumer never sues the company or brand that does this false claim or does not provide the exact ingredient that they promise.

The litigation process in India is long-drawn, so most people never sued even if the product does not satisfy the claim in the advertisement or hurts their skin. However, consumer forum is nowadays playing an effective role in addressing consumer grievances. So, slowly the trends of people are coming for grievance redressal. Recently mobile applications are developed to identify ingredients in

⁴ Herbal products myths & facts. (2020, August 10). *Juvena Herbals*. Retrieved July 25, 2022, from <https://juvenas.com/2020/08/10/herbal-products-myths-facts/>

cosmetics and understand their effect on human skin. Think Dirty, Cosmetic safety, and Cosmetic Ingredient Dictionary is some of the apps which give details about ingredients in cosmetics and their possible health impact.⁵

Case 3: Skincare myths-debunked

After the 2020 pandemic consumers of natural care products have increased manifold. Consumers of synthetic cosmetics started finding interest in natural products given the side effects of long-term use of such products. There are lots of myths about natural products which need to be busted. There is an increase in demand for skin care products like castor oil and wax made out of castor oil, products made of coconut oil, aloe vera, etc.

The myth that chemical preservatives are required in natural skin care products as base material is not true for all-natural products. Some natural products are water-based and required more chemical bases. Some natural skin care products are 100 percent original natural products without any chemical preservatives like coconut oil, castor oil, etc. Many consumers are of the notion that natural skin care products are hardly effective on the skin. It is a matter of fact that repairing, rejuvenation, and healing require time. Instant relief is possible through chemical usage but it is short-lived. So generally authentic natural products require a long time to heal and it is permanent.

Natural skin care products are considered very expensive compared to chemical synthetic counterparts. Even though expensive but it does not create recurring costs rather gives a one-time permanent solution. Whereas synthetic chemical product lures with instant relief but repeated buying as relief is short-lived. There is a myth that switching skincare products makes skin perfect. It is not true because the skin reflects the internal health of the body so to make it look perfect one need to maintain healthy internally. Skin is the largest organ of our body whose health depends on internal health. So, to make skin healthy looking perfect one needs to take care of internal health.⁶

Case 4: Debunking age-related myths for skin care products

Taking proper skincare can be a bit tricky. There is lots of myth related to skincare products. Many myths are not based on scientific research. In reality, age has nothing to do with skin type and skincare. Another myth that is popular in the skincare industry is that age creates spot-on skin. According to experts with an increased intake of vitamin C and using sunblock cream, one can avoid it. Acne is not an age-related problem any age group can have this problem which has to be treated to control it.

Also wearing make-up does not cause acne problems. The only caution in wearing make-up that one needs to follow is that it has to be removed at the end of the day to have healthy skin.⁷

⁵ Aggarwal U. (2014, February 21). Safer? Not always: The myth of herbal. *ETimes*. Retrieved July 25, 2022, from <https://timesofindia.indiatimes.com/life-style/beauty/safer-not-always-the-myth-of-herbal/articleshow/30734851.cms>

⁶ *Top 5 natural skincare myths, debunked!* (2022, January 19). Ambuja Solvex Pvt. Ltd. Retrieved July 25, 2022, from <https://www.ambujasolvex.com/blog/top-5-natural-skincare-myths-debunked/>

⁷ Stop believing these myths the beauty industry has told you. (2022). *DoctorNDTV*. Retrieved July 25, 2022, from <http://doctor.ndtv.com/living-healthy/stop-believing-in-these-myths-the-beauty-industry-has-told-you-1780374>

Implications

Nowadays, brand changes their entire appearance with varied makeup products. So many products are available to bring a change in look. For example – contour kits, eyebrow shapers, lip plumper, etc. Consumers heavily rely on cosmetics in everyday life and this is the very reason of mushrooming many brands (international, national and local as well) in market.⁸ In addition to this, there is a rise of startups which emphasizes on *organic beauty* products such as Biotique, Skincraft, mCaffeine, Plum, Purearth, Kama Ayurveda, SoulTree, etc. According to Roland Barthes, this myth of luxury in cosmetics herbal products can be further viewed as Cosmetic Herbal Product: beauty product, herbal cosmetics, organic beauty and Ayurveda (Table).

Summary of Indian brands of beauty products

Cosmetics Beauty Product	Herbal Cosmetics	Organic Beauty	Ayurvedic Beauty Products
Sephora Revlon Maybelline Colorbar Lakme L'Oreal Paris M.A.C Huda Beauty Swiss Beauty Sugar	Himalaya Herbals Lotus Herbals Khadi Natural Vaadi Herbals Just Herbs Biotique Forest Essentials Ayur Herbals VLCC Jovees herbal	Biotique Skincraft mCaffeine Plum Purearth Kama Ayurveda SoulTree	Roopmantra Keya Seth
Summary			
<ul style="list-style-type: none"> ● Enriched with keratin, vitamins, castor oil. ● Micro hyaluronic acid for fine line reduction. ● Salon like smoothening treatment. ● Spa at home. ● Long lasting make-up for bold and free 	<ul style="list-style-type: none"> ● Traditional knowledge with modern technology. ● Herbal Ingredients of diverse products bereft of chemical based synthetic cosmetics. ● No artificial preservatives or synthetic fragrances 	Beauty goods (skincare and haircare) are home-made, plant-based substances and goodness of Ayurveda. Organic-herbs/plants used for haul out raw materials are also observed from its nascent stage hence the end product turns out to be organic	Tailams (oils) and Ghritas (clarified butter or ghee) beautify the face and skin based in Ayurveda, which largely been used and propagated by different brands. Ayurveda – accessible to the world

Source: performed by the authors.

It is associated with all the myths:

- enhances brightness of the ski;
- fairness;
- anti-ageing and anti-wrinkles;
- rejuvenation of skin;
- stay youthful;
- radiant skin;
- true happiness with “Ayurvedic”/“Herbal”/“Homemade” mantra;
- richness of the nature;
- go brighter go whiter;
- new members of vitamin range (products);
- aroma therapy in beauty products;

⁸ Bharti. (2022, February 2). Top 10 best cosmetic companies in India in 2022. *Inventiva*. Retrieved June 20, 2022, from <https://www.inventiva.co.in/trends/top-10-cosmetic-companies-india-2022/>

- make your skin younger with “stoppage”;
- blemish free skin naturally;
- skin enhancement with protection naturally.

Socio-economic stature:

- less attention to the detrimental effects of these skin care or beauty products;
- blurred line of cosmetics-herbal-ayurveda-organic.

Effective brand association (for example, *winter ready glowing skin* – Vaadi Naturals, *who needs chemicals to reverse ageing* – Lotus Herbals):

- compromised price;
- age categories
- delicacy for working professionals;
- special emphasis for bridal package;
- youth care;
- teen age problems;
- above 40 years (anti-ageing/anti-wrinkles);
- homemade phenomenon for home makers.

Discussion

Chen and Cheng recently published a research paper on “Consumer response to fake news about brands on social media: the effects of self-efficacy, media trust, and persuasion knowledge on brand trust” (2020). The researchers tried to test a model that gives guidelines to explain how consumers respond to fake news about brands on social networking sites like Facebook. Result showed consumers identify fake news about brands from their knowledge persuasion based on brand trust and self-efficacy.

In paper “Influencer marketing: Social media influencers as human brands attaching to followers and yielding positive marketing results by fulfilling needs” researchers tried to investigate the relationship between social media influencers (SMI) and followers on the basis of the attachment development mechanism and the factors causing it and its effects. Findings revealed that content curation ability is the main factor that creates human brand for social media influencers. These SMIs fulfilled their need for ideal, competence and relatable, thereby creating positive emotion and positive influence on the followers (Ki et al., 2020).

C. Schwemmer and S. Ziewiecki published recent research paper on “Social Media Sellout: The Increasing Role of Product Promotion on YouTube+” (2018). Researchers tried to empirically analyze product promotion by using the original data set of YouTube videos from German youtube channel from 2009 to 2017. Automated content analysis was applied and the findings revealed that there is an ever-growing promotion of products through this platform in the beauty and fashion sector.

K. Pilgrim and S. Bohnet-Joschko published a research paper on “Selling health and happiness how influencers communicate on Instagram about dieting and exercise: Mixed methods research” (2019). The researchers tried to analyze sustainable health-promoting programmes in the context of social media usage of the younger generation. The study revealed younger generation uses social media to gather information and exchange experiences. During this process, influencer

plays an active role in influencing their buying behavior. The researchers have performed exploratory research on health communication which is non-campaign driven especially on diet and exercise by social media influencers. Their techniques, content and visuals are analyzed by researchers. Mixed methods were applied where Instagram platform is chosen and 1000 posts from influencers were considered. Findings revealed that influencers used body shaped visual driven content to create a notion of perfect body shape for the followers with whom they have friendly and trustworthy relations. Targeted communication plays a vital role in direct advertising or surreptitious advertising.

Some researchers analyzed Instagram posts on body positivity that included different body sizes and appearances. Findings revealed the appreciation of diverse body appearances, the themes consist of messages with body positivity. There are only 43% of posts depict larger body sizes which do not represent the entire population. Moreover, there are posts with contradictory messages like encouraging weight loss or praising extremely thin bodies (Lazuka et al., 2020).

Researchers examine tension over social media influencers' authenticity that might arise out of social media influencer and brand collaboration. Findings suggested two strategies of authenticity management, transparent authenticity, and passionate authenticity. The result provides guidance to marketers and influencers to reduce tension and work for the best outcome as partners (Audrezet et al., 2020).

D. Cooley and R. Park-Yancy published a research paper on "The effect of social media on perceived information credibility and decision making" (2019). They investigate how influencers, celebrities, and people whom they knew personally, influence the way in which the younger generation uses social media to get informed about consumer products. The results suggest that even though influencers and celebrities have a positive impact on people's awareness about consumer products but marketers should value feedback from consumers as important as people tend to depend on the feedback of their known people's purchase experience of that product. Findings also revealed that celebrity and social media influencers' promotion does not substitute targeted marketing to build consumer trust.

Conclusion

The pervasive advertisements generate the ideation of brand image through the narratives of myth in the *concept of beauty*. The association of fake and misleading content of mainstream media is responsible for a deep impact on the minds of the consumer which reflects in their purchasing habit. The stereotypical and orthodox cultural practices also have some correlational effects on the decision-making and purchasing habits of the consumers/customers. Nowadays, social media influencer marketing is yet type of advertising where followers get positively influenced by the influencer's personalized story about promoting any product. In the healthcare and beauty industry, this strategy of marketing is very effective but the true facts related to what the brand claims about any products are yet to be demystified by them.

The study analyses the myth of beauty in cosmetic herbal products in the Indian market scenario which focuses on various cases and studies in a systematic manner. The different cases have been examined and cross-checked via the lead-

ing daily or national mainstream media in debunking the myth and ambiguity in disseminating the information. The study is limited to qualitative methods (case study) and Roland Barthé's theory of mythology has been critically analyzed in order to understand the luxury of myth, and attributes of misleading information of media content. The study can further direct to have the perception of the consumers and semiological analysis can be done in the portrayal of this beauty myth as a brand association.

References

- Abelan, U.S., de Oliveira, A.C., Cacoci, É.S.P., Martins, T.E.A., Giacon, V.M., Velasco, M.V.R., & Lima, C.R.R.C. (2021). Potential use of essential oils in cosmetic and dermatological hair products: A review. *Journal Cosmet Dermatol*, 21(4), 1407–1418. <https://doi.org/10.1111/jocd.14286>
- Alnazzawi, N., Alsaedi, N., Alharbi, F., & Alaswad, N. (2022). Using social media to detect fake information of news content or through mainstream media information related to product marketing: The FakeAds Corpus. *Data*, 7(4), 44. <https://doi.org/10.3390/data7040044>
- Ashawat, M., Banchhor, M., Saraf, S., & Saraf, S. (2009). Herbal cosmetics: Trends in skin care formulation. *Pharmacognosy Reviews*, 3(5), 82.
- Audrezet, A., de Kerviler, G., & Moulard, J.G. (2020). Authenticity under threat: When social media influencers need to go beyond self-presentation. *Journal of Business Research*, 117, 557–569. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.07.008>
- Chen, Z.F., & Cheng, Y. (2020). Consumer response to fake news about brands on social media: The effects of self-efficacy, media trust, and persuasion knowledge on brand trust. *Journal of Product & Brand Management*, 29(2), 188–198. <https://doi.org/10.1108/JPBM-12-2018-2145>
- Chung, Y. (2012). The female beauty myth fostered by the mass media. *International Journal of Scientific Research and Innovative Technology*, 6(6), 1589–1597. Retrieved October 17, 2022, from file:///C:/Users/user/Downloads/8902.pdf
- Cooley, D., & Parks-Yancy, R. (2019). The effect of social media on perceived information credibility and decision making. *Journal of Internet Commerce*, 18(3), 249–269. <https://doi.org/10.1080/15332861.2019.1595362>
- De Lassus, C., & Freire, N.A. (2014). Access to the luxury brand myth in pop-up stores: A netnographic and semiotic analysis. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(1), 61–68. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2013.08.005>
- Dias, M.F.R.G., de Almeida, A.M., Cecato, P.M.R., Adriano, A.R., & Pichler, J. (2014). The shampoo pH can affect the hair: Myth or reality? *International Journal of Trichology*, 6(3), 95–99. <https://doi.org/10.4103/0974-7753.139078>
- Ki, C.W.C., Cuevas, L.M., Chong, S.M., & Lim, H. (2020). Influencer marketing: Social media influencers as human brands attaching to followers and yielding positive marketing results by fulfilling needs. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55, 102133. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102133>
- Kumar, S., Talwar, S., Krishnan, S., Kaur, P., & Dhir, A. (2021). Purchasing natural personal care products in the era of fake information of news content or through mainstream media? The moderation effect of brand trust. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 63(1), 102668. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102668>
- Lazuka, R.F., Wick, M.R., Keel, P.K., & Harriger, J.A. (2020). Are we there yet? Progress in depicting diverse images of beauty in Instagram's body positivity movement. *Body Image*, 34, 85–93. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.05.001>
- Motule, A.S., More, M.P., Manwar, J.V., Wadekar, A.B., Gudalwar, B.R., & Bakal, R.L. Ethnopharmacological relevance's of herbal plants used in cosmetics and toiletries

- preparations. *GSC Biological and Pharmaceutical Sciences*, 16(2), 241–263. <https://doi.org/10.30574/gscbps.2021.16.2.0248>
- Pilgrim, K., & Bohnet-Joschko, S. (2019). Selling health and happiness how influencers communicate on Instagram about dieting and exercise: Mixed methods research. *BMC Public Health*, 19, 1054. <https://doi.org/10.1186/s12889-019-7387-8>
- Rachman, A.S. (2021). *The myth of woman's beauty standard through Dear Me Beauty advertisement on Instagram* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung).
- Radin, T.J., & Predmore, C.E. (2002). The myth of the salesperson: Intended and unintended consequences of product-specific sales incentives. *Journal of Business Ethics*, 36(1/2), 79–92.
- Rist, G. (1990). Development as a part of the modern myth: The western 'socio-cultural dimension' of 'development. *The European Journal of development research*, 2(1), 10–21. <https://doi.org/10.1080/09578819008426519>
- Rona, C., & Berardesca, E. (2008). Aging skin and food supplements: the myth and the truth. *Clinics in Dermatology*, 26(6), 641–647. <https://doi.org/10.1016/j.clindermatol.2007.09.002>
- Schwemmer, C., & Ziewiecki, S. (2018). Social media sellout: The increasing role of product promotion on YouTube. *Social Media + Society*, 4(3). <https://doi.org/10.1177/2056305118786720>
- Wulan, R.R. (2017). The myth of white skin: A postcolonial review of cosmetics ads in Indonesia. *SHS Web of Conferences*, 33, 00048. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20173300048>

Bio notes:

Sharmila Kayal, Dr., Associate Professor, Head of the Department of Journalism and Communication, Adamas University, Barasat, 700126, Republic of India. ORCID: 0000-0001-5574-4910. E-mail: sharmilakayal@gmail.com

Ruma Saha, Doctoral Research Scholar, Department of Journalism and Communication, Manipal University Jaipur, Rajasthan, 303007, Republic of India. ORCID: 0000-0002-8016-5862. E-mail: ruma.saha.kolkata@gmail.com

Сведения об авторах:

Каял Шармила, доктор наук, доцент, руководитель департамента журналистики и коммуникаций, Университет Адамас, Республика Индия, 700126, Барасат. ORCID: 0000-0001-5574-4910. E-mail: sharmilakayal@gmail.com

Саха Рума, докторант-исследователь, департамент журналистики и коммуникаций, Манипальский университет Джайпура, Республика Индия, 303007, Раджастхан. ORCID: 0000-0002-8016-5862. E-mail: ruma.saha.kolkata@gmail.com



РЕЦЕНЗИИ BOOK REVIEWS

DOI 10.22363/2312-9220-2023-28-1-187-191
EDN: MAOXHJ
УДК 821.161.1-2

**Борис Акунин, литературовед и педагог.
Рецензия на книгу:
Акунин Б. Русский в Англии: самоучитель по беллетристке.
М.: Альпина Паблишерс, 2022. 376 с., ил.**

А.Г. Коваленко  , А.В. Денисенко 

*Российский университет дружбы народов,
Российская Федерация, 117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 10, корп. 1*
 ak-taurus@mail.ru

Ключевые слова: жанр, история, учебник, характер, психологизм, сюжет

История статьи: поступила в редакцию 2 декабря 2022 г.; отрецензирована 30 декабря 2022 г.; принята к публикации 10 января 2023 г.

Для цитирования: *Коваленко А.Г., Денисенко А.В.* Борис Акунин, литературовед и педагог. Рецензия на книгу: Акунин Б. Русский в Англии: самоучитель по беллетристке. М.: Альпина Паблишерс, 2022. 376 с., ил. // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2023. Т. 28. № 1. С. 187–191. <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2023-28-1-187-191>

**Boris Akunin, literary critic and teacher.
Book review:
Akunin, B. (2022). A Russian in England:
A self-instruction guide to fiction.
Moscow: Alpina Publishers. (In Russ.)**

Alexander G. Kovalenko  , Anastasia V. Denisenko 

*Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University),
10 Miklukho-Maklaya St, bldg 1, Moscow, 117198, Russian Federation*
 ak-taurus@mail.ru

Keywords: genre, history, tutorial, character, psychologism, plot

© Коваленко А.Г., Денисенко А.В., 2023



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

Article history: submitted December 1, 2022; revised December 30, 2022; accepted January 10, 2023.

For citation: Kovalenko, A.G., & Denisenko, A.V. (2023). Boris Akunin, literary critic and teacher. Book review: Akunin, B. (2022). *A Russian in England: A self-instruction guide to fiction*. Moscow: Alpina Publishers. (In Russ.) *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 28(1), 187–191. <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2023-28-1-187-191>

Борис Акунин, автор знаменитой и популярной саги об Эрасте Фандорине, создатель впечатляющей «Истории российского государства», жанровый экспериментатор, соединил в рецензируемой здесь книге несколько своих талантов: историка, беллетриста, педагога и литературоведа. Вряд ли возможно что-то из перечисленного поставить на первое место, а остальное – на последующие. Все эти стороны, «ипостаси» знаменитого писателя сплелись воедино в книге, где он позиционирует себя в новом жанре «самоучителя». «Смотри, думай и делай как я» – словно говорит художник, раскрывая секреты своей творческой лаборатории и щедро делясь ими с любым, кто пробует силы в трудном писательском ремесле.

Русский в Англии – это изысканная и многозначная метафора, объясняющая качество материала, особенности пространства, специфику характеров и указывающая на смысл и особенности освоения сложного писательского дела. В ней имеет место то самое «остранение», которое позволяет увидеть англичанина русским оком, а русского человека сделать объектом наблюдения уроженца Британии, между делом припомнить давнишний спор и соперничество двух империй. И это остраненное «око», уже обогащенное впечатлениями и наблюдениями и обращенное назад, позволяет увидеть по-новому и российскую действительность, историческую и современную. Знарок истории Акунин погружает указанный принцип «двойного (прямого и обратного) остранения» в разные эпохи. Мы окунаемся в эпохи Ивана Грозного, Павла I, Николая II и XX век. Таким образом, книга об Англии, ее литературе и истории словно перевертыш осмысливается как книга о русских, о России. Взяв на себя роль учителя, Акунин строго следует педагогическому «вектору» самоучителя. Прежде всего это касается четко выверенной архитектуры жанра. В учебнике десять уроков, содержащих по пять параграфов, каждый из которых имеет свою задачу: Тема, Материал, Задание, Пример, Комментарий. Хронологически следуют друг за другом исторические эпизоды, пусть даже прочерченные не сплошь, а пунктирно. Каждый эпизод предполагает материал для сюжета. Б. Акунин как умный и щедрый учитель рассказывает, как выстроить повествование, как разработать тему, как написать о любви и соперничестве, как раскрыть внутренний мир героя или двух героев одновременно, какой выбрать стиль, как использовать детективный нарратив, и, наконец, как наполнить сюжет «магией» и «мистикой». И здесь в дело идет все, от доброжелательных советов до тонких сравнений. Герои рассказа могут уподобиться двум «подводным лодкам» с перископами, а тему смерти предлагается раскрыть, вдохновившись стихотворением японской поэтессы, написавшей танка на смерть маленького сына. Словно музыкальный виртуоз, свободно владеющий многими инструментами, Акунин учит

писать по любому заранее намеченному заданию, «ассортимент» очень широк: политический триллер, психологическую драму, комедию-буфф, одноактную пьесу, психологический этюд, эпистолярную новеллу, романтическую новеллу, плутовскую прозу, герметичный детектив, хоррор сегмента «маньяк-стори», повествование мистически-метафизического свойства. Широта охвата поражает воображение, набор инструментов вызывает хорошую зависть, щедрость мастера вызывает уважение и благодарность.

Одна и та же тема – история взаимоотношений Герцена и Огарева – может служить посылом для художественного эксперимента: как создать «положительного», симпатичного автору и, следовательно, читателю, персонажа, и героя несимпатичного, «отрицательного». И здесь неважно, как реально относится к нему «инженер человеческой души» Б. Акунин, важно показать «технику». Да и подлинного, реального для беллетриста просто не существует, ведь люди, им созданные, суть плод писательской технологии, направленной на то, чтобы завладеть вниманием читателя. Конечно, Акунин-педагог здесь нисколько не изменяет своему беллетристическому амплуа «игрока», ловко и мастерски манипулирующего ожиданием читателя, его сознанием. Но ведь он и не скрывает, что в «самоучителе» предлагается иметь в виду горизонты литературного (беллетристического) творчества как интеллектуальную игру. Нисколько не претендуя на роль Творца, это не его призвание, он знает цену своему таланту беллетриста и делает именно ее предметом «учебного процесса».

В книге есть моменты, чрезвычайно полезные для литературоведения и для понимания глубинного нарративного «механизма» Акунина. Он учит искать в истории эпизоды, находящиеся в «тени», малоизвестные, незаметные, и по этой причине могущие стать источником художественной интриги, и далее – «пролить свет» на «подлинные» движущие силы большой истории. В этом и заключается «игра», нацеленная на то, чтобы возбудить интерес у читателя. Акунин учит «заглядывать за документ» (или, как писал Ю. Тынянов, «продырявить» парадный документ), он показывает, как оживлять малоизвестные факты и делать их отправной точкой сюжета, который «встраивается» в хорошо известный исторический контекст. И тогда персонажем, который движет коллизией, становится вместо известной исторической личности некто второстепенный, но именно тем и интересный, что повлиял на ход истории. Например, толмач Елифан Неудача, предотвративший женитьбу русского царя на подданной королевы Елизаветы, или некто Бартнев, ставший прототипом Рахметова. Либо питомец царя Бориса Годунова «невозвращенец» Никифор Алферьев, превратившийся в англиканского священника Микифера Элфери.

Педагог-Акунин учит понимать и использовать исходный закон антимичности любого художественного текста. Писатель отдает себе отчет и умеет мастерски «играть» на тех противоречиях и контрастах, которые неизбежны в человеческой коммуникации, личностной, социальной и политической. Так, на цепочке противоречий строится сюжет рассказа «Продиж и бумер», который начинается темой судьбы Крыма (читателю намекают на вечную актуальность этого вопроса!) и завершается идеей освоения англичанами Австралии. Во-первых, это «традиционное» соперничество двух

держав России и Англии (что интересно всегда и актуально по сей день), во-вторых, спор двух политиков, блистательного дипломата Семена Романовича Воронцова и молодого энергичного министра британского кабинета Уильяма Питта, решающего вопрос о расселении «десятков тысяч бездельников», в-третьих, соперничество «старых» и «молодых» политиков в правительстве («бумеров» и «вундеркиндов»), и наконец, интересная и по-своему противоречивая фигура самого Воронцова, прошедшего в туманном Альбионе сорок семь лет, но до конца оставшегося русским человеком, преданным интересам отечества. «Финальным туше» (излюбленный акунинский прием – об этом последний урок в самоучителе) становится эффектная «антиномическая» концовка-парадокс:

«–Что если продать ее русским? Им все мало территорий, так пусть бы ее и купили.

– Глупости, – буркнул Питт. – Русские не знают, что им с Крымом-то делать.

Глаза в зеркальце вдруг вспыхнули искорками.

– Эврика! – повторил премьер-министр свое любимое слово. – Я знаю, как поступить с Австралией! Это будет наша Сибирь!» (Акунин, 2022, с. 117).

Маловероятно, что такая фраза могла бы прозвучать в то время из уст англичанина, но как эффектно и современно выглядит! В этом весь нарратив Акунина-беллетриста! И звучит весьма заманчиво: две державы могут находить миролюбивый компромисс.

Венцом учебника является Урок десятый «Сбор материала. Финальное туше», апофеоз акунинского мастер-класса, в котором мастер делится рассказом о личных мотивах творчества. Акунин любит «нумерологию», и именно здесь в десятой главе, финальной, «сакральной», сходятся, по замыслу маэстро, все тематические, педагогические профессиональные «линии», они сходятся к главной идее, благодаря которой книга Акунина наполняется итоговым смыслом, можно сказать, интимным и сокровенным – идеей любви к родине, а роль «вишенки на торте» («финального туше») выполняет образ рябины. Акунин, обратив внимание на ботаническую неточность в стихотворении Марины Цветаевой, делает ее исходной точкой для рассказа: «Две последние строки стихотворения сами по себе идеальный пример „финального туше“ – такого, что дух захватывает. Особенно пробивает ботаническая неточность: человеку, внезапно охваченному острой тоской все равно-куст или дерево» (Акунин, 2022, с. 365).

Б. Акунин блестяще продолжил вектор русского литературоведения, намеченный еще «формальной школой», заставил вспомнить классические работы, например статью Б.М. Эйхенбаума «Как сделана „Шинель“ Гоголя». Уроки беллетриста вызывают в памяти также «Как делать стихи» В. Маяковского. Нельзя не припомнить и полемику А. Блока и Н. Гумилева о природе поэзии: она дитя «божественного вдохновения» или продукт «поэтической техники»?

Как бы то ни было, Акунин «сделал» отличный учебник, в котором «тайна» творчества отменяется и взамен ее предлагается «технология» изготовления востребованного «потребителем» продукта. Справедливости ради, отметим, что автор самоучителя все-таки дает свободу и оставляет место для вдохновения и «тайны»: «В жанре вы совершенно вольны. Курс обучения

закончен, у вас полное избирательное право. Голосуйте сердцем. То же со стилем. На сей раз никому не подражайте и не имитируйте. Пойте собственным сердцем – по-соловьиному, по-канареечному, хоть по-совиному, только не по-попугайски. Этот десятый урок должен получиться неповторимо вашим. Считайте его дипломной работой» (Акунин, 2022, с. 352). «Голосуйте сердцем» – это о той сфере, которую невозможно «поверить алгеброй».

Ловишь себя на мысли, что «приемы» Акунина слишком уж очевидны, что прием этот не что иное, как «белые нитки», которыми шьется «костюм» или «платье». Но прощаешь автору, как же не простить? Он же не претендует на мессианскую роль Писателя, всего лишь на роль искусного в своем деле ремесленника-Беллетриста. Учитесь шить и белыми нитками, это допустимо, и даже весьма популярно, и пользуется спросом!

Технологичность процесса письма оправдывается автором и другим сравнением, с которого, собственно, и начинается самоучитель. Литературное мастерство уподобляется кухонному. Остроумие автора здесь неистощимо: «Перед вами нечто вроде кулинарной книги. Шеф в белом колпаке будет открывать вам тайны дуршлага и поварешки, накопленные за долгую жизнь у плиты. Причем это кулинарный курс с дегустацией. Я буду не просто объяснять теорию, но и варить-жарить-мариновать сам, у вас на глазах, а потом кормить вас тем, что получилось, то есть вы будете находиться не в ресторанном зале, куда подают готовые блюда, а на кухне» (Акунин, 2022, с. 3). Все-таки задача вполне достойная, мастер не учит технологии «фаст-фуда», но тренирует в креативе «высокой» кулинарии.

Цель и задача понятны, красиво и заманчиво сформулированы, мастерски решены в учебнике. Остается дожидаться результата, то есть той «продукции», которая выйдет из-пера (клавиатуры компьютера) обучаемых. Однако, следует думать, это задача, пожалуй, уже неразрешимая. Ибо вопрос об апробации труда переходит в сферу индивидуальную, личную, которая плохо просматривается. Кто поделится личным опытом написания по рецептам опытного беллетриста? Будем ждать отзывов.

Список литературы

Акунин Б. Русский в Англии: самоучитель по беллетристике. М.: Альпина Паблишер, 2022. 376 с., ил.

Сведения об авторах:

Коваленко Александр Георгиевич, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой русской и зарубежной литературы, Российский университет дружбы народов, Российская Федерация, 117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 10, корп. 1. ORCID: 0000-0002-6747-285X. E-mail: ak-taurus@mail.ru

Денисенко Анастасия Владимировна, кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка, Российский университет дружбы народов, Российская Федерация, 117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 10, корп. 1. ORCID: 0000-0002-0222-5460. E-mail: denisenko-av@rudn.ru